



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Centro de Educação e Humanidades
Instituto de Letras

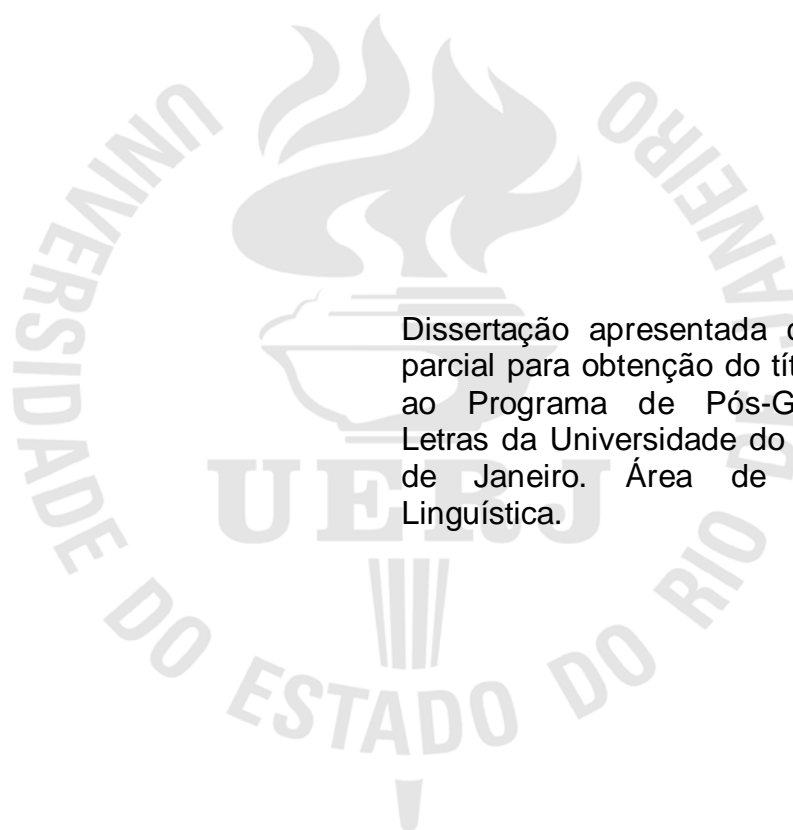
Ana Patrícia Rosinek

**Ensino de Português como língua estrangeira para aprendizes
hispanófonos: imagens do empresário neoliberal de sucesso em
material didático**

Rio de Janeiro
2018

Ana Patrícia Rosinek

**Ensino de Português como língua estrangeira para aprendizes hispanófonos:
imagens do empresário neoliberal de sucesso em material didático**



Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Linguística.

Orientador: Prof. Dr. Décio Orlando Soares da Rocha

Rio de Janeiro

2018

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/B

R821 Rosinek, Ana Patrícia.
Ensino de Português como língua estrangeira para aprendizes hispanófonos: imagens do empresário neoliberal de sucesso em material didático / Ana Patrícia Rosinek. - 2018.
125 f. : il.

Orientador: Décio Orlando Soares da Rocha.
Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Letras.

1. Língua portuguesa – Estudo e ensino – Falantes estrangeiros – Teses. 2. Língua portuguesa – Compêndios para estrangeiros – Espanhol – Teses. 3. Língua portuguesa – Português comercial – Teses. 4. Negócios – Teses. 5. Subjetividade – Teses. I. Rocha, Décio Orlando Soares da. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Letras. III. Título.

CDU 806.90-054.6(075)

Bibliotecária: Eliane de Almeida Prata. CRB7 4578/94

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Ana Patrícia Rosinek

**Ensino de Português como língua estrangeira para aprendizes hispanófonos:
imagens do empresário neoliberal de sucesso em material didático**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Linguística.

Aprovada em 10 de abril de 2018.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Décio Orlando Soares da Rocha (Orientador)
Instituto de Letras – UERJ

Prof. Dra. Isabel Cristina Rodrigues
Instituto de Aplicação – UERJ

Prof. Dra. Dayala Paiva de Medeiros Vargens
Universidade Federal Fluminense

Rio de Janeiro

2018

DEDICATÓRIA

Aos meus pais Pedro e Julia

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela oportunidade de aperfeiçoar meus estudos,

Aos meus pais, Pedro e Julia, por me incentivarem na minha formação, e sempre estarem presentes em minha vida,

Aos meus irmãos, Marcos e Daniel,

Ao meu companheiro de vida, Giovanni, que me acompanhou durante todo esse processo, sempre demonstrando todo seu apoio,

Ao meu orientador, professor Décio Rocha, por todas as conversas e ajudas, sempre solícito,

Aos meus colegas do grupo de pesquisa de Uerj, por todos os conhecimentos compartilhados,

Às professoras Dayala e Isabel, que estiveram em minha banca de qualificação, e deram importantes contribuições em meu processo de pesquisa,

À UERJ, por me fazer sentir acolhida aqui no Rio de Janeiro, mostrando um espaço em que posso me desenvolver como melhor ser humano e profissional,

Aos professores Poliana e Bruno, que me auxiliaram na reflexão sobre minha pesquisa,

À Capes, que me proporcionou um último ano de Mestrado mais tranquilo, com a bolsa que me foi concedida.

A memória é também uma estátua de argila.
O vento passa e leva-lhe, pouco a pouco,
partículas, grãos, cristais...
A estátua vai manter-se de pé, não é a mesma,
mas não é outra, como o ser vivo é,
em cada momento, outro e mesmo

José Saramago

RESUMO

ROSINEK, Ana Patrícia. *Ensino de Português como língua estrangeira para aprendizes hispanófonos: imagens do empresário neoliberal de sucesso em material didático*. 2018. 125 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

Nossa pesquisa nasce a partir da reflexão sobre nossa prática profissional, em um curso de português como língua estrangeira, na modalidade negócios, ministrado dentro de empresas em Santiago do Chile. Nesse curso, chamado “Português básico para negócios”, utilizava-se um material didático especificamente confeccionado para ele, e um dos pontos recorrentes encontrados nesse manual é que, em diversos textos e atividades propostas, aparecia sempre a figura do empresário bem-sucedido. Assim, selecionamos os textos presentes no material didático que trazem a figura desse empresário/executivo. A partir daí, buscamos na Análise do Discurso francesa conceitos que pudessem orientar-nos em possíveis leituras desse material. Nossa análise se desenvolve com base nas ideias de cenografia (MAINGUENEAU, 2013) e produção de subjetividade (MIRANDA; SOARES, 2014). Maingueneau (2013) nos fala sobre as três cenas enunciativas: cenografia, cena genérica e cena englobante. Nesse material propomos duas perspectivas de análise diferentes para as três cenas: uma delas considera os aspectos relativos ao ensino-aprendizagem da língua portuguesa, e a outra, promove a circulação de ideias relativas ao empresário de sucesso, uma vez que ele é recorrente em nosso material. Observamos também a produção de subjetividade, apoiados nos personagens encontrados, e intuímos que eles corroboram a ideia de “gestor de si mesmo” (GAULEJAC, 2007), que emerge a partir das ideias neoliberais. De acordo com esse sistema, o trabalhador passa a ser ele mesmo responsável por seu trabalho e por conseguir nele se manter, já que, nesse novo modelo, não há emprego para todos. Também observamos a configuração de uma “subjetividade luxo” (ROLNIK, 2007) para o empresário, onde se produz um modelo a seguir para se conquistar o sucesso.

Palavras-chave: Português como língua estrangeira para negócios. Cenografia. Produção de subjetividade.

RESUMEN

ROSINEK, Ana Patrícia. *Enseñanza de Portugués como lengua extranjera para aprendices hispanohablantes: imágenes del empresario neoliberal exitoso en material didáctico*. 2018. 125 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

Nuestra investigación nace a partir de las reflexiones acerca de nuestra práctica profesional, en un curso de portugués como lengua extranjera, en la modalidad negocios, ministrado al interior de empresas en Santiago de Chile. En ese curso, llamado “Portugués básico para negocios”, se utilizaba un material didáctico específicamente confeccionado para él, y uno de los puntos recurrentes encontrados en ese manual es que, en diversos textos y actividades propuestas, aparecía siempre la figura del empresario exitoso. Así, seleccionamos los textos presentes en el material didáctico que traen la figura de ese empresario/ejecutivo. A partir de ahí, buscamos en el Análisis del Discurso francés conceptos que pudiesen orientarnos en posibles lecturas de nuestro material. Nuestro análisis se desarrolla basado en las ideas de escenografía (MAINGUENEAU, 2013) y la producción de subjetividad (MIRANDA; SOARES, 2014). Mainguenu (2013) nos habla acerca de las tres escenas enunciativas: escenografía, escena genérica y escena englobante. En este material proponemos dos perspectivas de análisis diferentes para las tres escenas: una de ellas considera los aspectos relativos a la enseñanza-aprendizaje de la lengua portuguesa, y la otra promueve la circulación de ideas relativas al empresario exitoso, una vez que él es recurrente en nuestro material. Observamos también la producción de subjetividad, con base en los personajes encontrados, e intuimos que ellos corroboran la idea de “gestor de sí mismo” (GAULEJAC, 2007), que emerge a partir de las ideas neoliberales. De acuerdo con ese sistema el trabajador pasa a ser él mismo responsable por su trabajo y por conseguir mantenerse en él, ya que, en ese nuevo modelo, no hay empleo para todos. También observamos la configuración de una “subjetividad lujo” (ROLNIK, 2007) para el empresario, donde se produce un modelo a seguir para conquistar el éxito.

Palabras clave: Portugués como lengua extranjera para negocios. Escenografía. Producción de subjetividad.

LISTA DE SIGLAS

AD	Análise do Discurso
AAPP	Asociación Argentina de Profesores de Portugués
CELPE-BRAS	Certificado de Proficiência em Português Língua Estrangeira
CPLP	Comunidade dos Países de Língua Portuguesa
ELE	Español Lengua Extranjera
ELFE	Ensino de Línguas para Fins Específicos
ESP	English for Specific Purposes
ICP	Instituto de Cooperação Portuguesa
IILP	Instituto Internacional da Língua Portuguesa
IJ	Instituto da Juventude
INEP	Instituto Nacional de Pesquisas e Estudos Educacionais Anísio Teixeira
LD	Livro Didático
MERCOSUL	Mercado Comum do Sul
MEC	Ministério da Educação
MRE	Ministério das Relações Exteriores
OBEDF	Observatório da Educação na Fronteira
PEIBF	Projeto Escola Intercultural Bilíngue de Fronteira
PLE	Português Língua Estrangeira
SIPLE	Sociedade Internacional de Português Língua Estrangeira
UNILA	Universidade Federal da Integração Latino-americana

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	11
1	ENSINO DE LÍNGUA ESTRANGEIRA PARA FINS ESPECÍFICOS: UM PANORAMA GERAL	16
1.1	Perspectiva histórica de Portugal e Brasil	16
1.1.1	<u>O caso de Portugal</u>	17
1.1.2	<u>O caso do Brasil</u>	19
1.2	Perspectiva pedagógica do ensino de idiomas	21
1.3	O português como língua estrangeira	24
1.4	Esforços de projetar o português como língua de negócios	27
2	CONTEXTUALIZANDO: COMO FUNCIONA O CURSO “PORTUGUÉS PARA NEGOCIOS” E COMO É O MATERIAL DIDÁTICO UTILIZADO	31
2.1	O curso “Portugués para negocios”	31
2.2	Descrição do material “Portugués básico para negocios”	33
2.2.1	<u>“Boas-vindas” ao aluno e “reglas del curso de portugués”</u>	34
2.2.2	<u>Considerações sobre o sumário do material</u>	37
2.2.3	<u>Textos e atividades do materials</u>	40
2.3	Metodologia de pesquisa	50
3	AS TRÊS CENAS ENUNCIATIVAS COMO PERSPECTIVA DE ANÁLISE	54
3.1	As três cenas enunciativas	54
3.2	As três cenas enunciativas no material didático analisado	58
4	O EMPRESÁRIO NEOLIBERAL DE SUCESSO: PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADE	69
4.1	O que é subjetividade	69
4.2	Neoliberalismo: implicações na forma de trabalhar e viver	72
4.3	Análise de córpus: produção de subjetividade do trabalhador do “mundo dos negócios”	76
4.3.1	<u>A rotina do trabalhador corporativo</u>	79
4.3.2	<u>As tensões na vida do trabalhador corporativo</u>	85

4.3.3	<u>Trajetória de empresários de sucesso</u>	91
4.3.4	<u>Outras associações ao trabalhador do mundo empresarial</u>	95
4.4	Pensando nosso córpua a partir de “subjetividade luxo e lixo”	99
	CONCLUSÃO	104
	REFERÊNCIAS	110
	ANEXO A – Reglas del curso de português	114
	ANEXO B – Sumário do material “Portugués básico para negócios .	117
	ANEXO C – A rotina de Manuel Gonçalves e seus colegas de trabalho	118
	ANEXO D – Entrevista com Paulo Gomes para o programa mundo da publicidade	119
	ANEXO E – Relato de Sérgio Carvalho	121
	ANEXO F – Reportagem “Eles viajam sempre, mas nunca tiram férias”	122
	ANEXO G – Texto sobre “A história de O Boticário”	123
	ANEXO H – Texto “Este homem não está rindo à toa”	124

INTRODUÇÃO

O interesse dessa dissertação é refletir sobre o ensino da língua portuguesa como língua estrangeira em um contexto específico de negócios. Essa preocupação nasceu de reflexões que se deram em minha prática profissional. Durante alguns anos, em Santiago do Chile, desenvolvi um trabalho com ensino de português no âmbito empresarial. Dessa experiência, senti a necessidade de conhecer mais sobre o estudo de línguas para fins específicos.

Sobre as aulas, elas aconteceram durante os anos de 2012 a 2015. E, nesse mesmo período se deu a compra da companhia área brasileira Tam pela chilena Lan. Nesse momento, desenvolvíamos um trabalho em um instituto que prestava serviços de ensino e tradução da língua portuguesa. E assim, acabamos, através dessa instituição, trabalhando durante esses dois anos e meio dando aulas nas sedes da empresa Lan, para que os funcionários pudessem ter mais domínio do idioma português, no intuito de facilitar o processo de fusão das duas empresas.

Observando a literatura relacionada ao ensino de português como língua estrangeira ou segunda língua, notamos que há um crescimento considerável de materiais que vêm sendo publicados com esse fim nos últimos anos. Mais especificamente, depois dos anos noventa, esse número começa a aumentar. É o que percebemos no levantamento feito por Pacheco (2006)¹.

Um dos fatores que teve impacto no crescimento de materiais para esse segmento é a expansão internacional do idioma português. Com relação ao Brasil, essa expansão internacional do idioma aconteceu com a integração do país ao Mercosul (Mercado Comum do Sul), que aconteceu no dia 26 de março de 1991. Como idiomas oficiais desse bloco econômico foram reconhecidos o português e o espanhol (SAVEDRA, 2009). E, assim, começou-se a pensar em várias políticas de integração entre os países participantes do bloco, inclusive no campo educacional, no sentido de se propiciar o estudo dos dois idiomas oficiais do acordo:

¹ Em sua tese de doutoramento "Português para estrangeiros e os materiais didáticos: um olhar discursivo", Denise Gomes Leal da Cruz Pacheco faz uma cronologia da produção de LD (livro didático) em PLE (Português Língua Estrangeira), onde se observa claramente o crescimento da produção a partir de 1990.

Na condição de língua oficial, o português e o espanhol ganham destaque como língua de ensino. Em dezembro do mesmo ano de criação, é elaborado um protocolo de intenções, em cujo artigo 4 fica declarado o interesse em difundir a aprendizagem dos idiomas oficiais – espanhol e português– através dos sistemas educacionais, em todos os níveis e modalidades. (SAVEDRA, 2009, p.176).

Também encontramos a influência do Mercosul no ensino do Português como língua estrangeira no artigo “As Línguas do ABC: o antes e o depois do Mercosul na história do ensino de PLE na Argentina e no Chile e de ELE no Brasil em especial na América Latina”, publicado na página *web* da SIPLE (Sociedade Internacional do Português Língua Estrangeira), onde se narram algumas iniciativas que surgiram a partir do acordo. Mostram-se principalmente convênios mais concretos entre Brasil e Argentina: em 1997, os dois países assinaram um “Acordo de Integração Cultural Brasil-Argentina”, onde consta que cada um dos países apoiaria, entre outras coisas, a difusão do idioma do país parceiro. Depois, em 2000 o governo argentino aprovou um “Programa de Português a distância”, com o intuito de formar profissionais para o ensino do idioma (CONTURSI, 2012), e, em 1997, nasceu a “Asociación Argentina de Profesores de Portugués” (AAPP), que tem um papel importante na incorporação do português no currículo escolar e na formação de professores (ALARCÓN et al., 2013).

Ainda segundo o artigo, no que diz respeito ao ensino de língua portuguesa no Chile, que é especificamente onde aconteceu e ainda acontece o curso cujo material será analisado, foi também com a assinatura do Mercosul que o português passou a ser mais estudado. Na capital chilena, atualmente a Universidad de Santiago de Chile oferece no curso de Licenciatura em Linguística Aplicada à Tradução a opção do português como idioma de especialização. Também se destacam no ramo dos negócios, as empresas aéreas LAN do Chile e TAM do Brasil, que se juntaram. Os laços entre Chile e Brasil estão se afirmando cada vez mais, e o aspecto linguístico torna-se mais que necessário para a completude nesta relação internacional (ALARCÓN et al. 2013). E, como comentamos, foi justamente trabalhando com o ensino de língua portuguesa na fusão dessas duas empresas, que surgiu o interesse desta pesquisa. Daremos mais detalhes a seguir.

Especificamente sobre o ensino de línguas no âmbito empresarial, existem estudos que apontam a aprendizagem de idiomas por parte dos funcionários como ponto valorizado pelas empresas:

Algumas companhias estão a acentuar esforços em contratar funcionários fluentes em mais de uma língua enquanto elas se debatem com os desafios de lidar com clientes de culturas muito diferentes. (...) Companhias e instituições, desejando funcionários que trabalhem as suas qualificações em línguas estrangeiras, frequentemente os encaminham para centros de línguas. (GALITO, 2006, p. 38 apud BUSHNELL (2004).

Galito (2006, p. 39) também reitera essa perspectiva, dizendo que as empresas “parecem dispostas a recrutar capital humano que domine mais de uma língua, ou em financiar a formação filológica dos seus funcionários”.

Além do conhecimento sobre o ensino de línguas para fins específicos, há ainda outro ponto importante que incorporo a essa pesquisa, além dos estudos sobre português como língua estrangeira e para fins de negócios, que é pensar sobre a linguagem. Como professora de português, como língua materna e língua estrangeira, e também de língua espanhola, reflexões sobre a linguagem sempre são essenciais, para pensar também no ensino-aprendizagem. Foi numa perspectiva discursiva, que encontramos inspiração para a análise desenvolvida nessa pesquisa.

Nossa perspectiva teórico-metodológica segue um viés discursivo. Segundo Mussalim (2004) os estudos da Linguística se dividem em dois contextos: um mais rígido, que considera a linguagem como uma conjunto de regras e propriedades formais, e um outro, mais permeável, que “se refere à linguagem apenas à medida que esta faz sentido para sujeitos inscritos em estratégias de interlocução, em posições sociais ou em conjunturas históricas.” A AD (Análise do Discurso) se concentraria nessa segunda perspectiva. Mas, é preciso considerar que a AD considera também que a linguagem possui um caráter formal. E é a partir das características formais, pistas linguísticas, que determinados discursos apresentam que se desenvolvem algumas análises nesse campo de estudo.

Os sujeitos envolvidos nas situações de enunciação “são condicionados por uma determinada ideologia que predetermina o que poderão ou não dizer em determinadas conjunturas histórico-sociais.” (MUSSALIM, 2004). Por isso, os estudos de AD também se voltam para outras áreas de conhecimento como Filosofia, Psicologia, História.

Como dissemos, o interesse dessa pesquisa nasce a partir de uma prática profissional em um curso de português para negócios na empresa chilena Lan, em

Santiago do Chile. Durante as aulas e encontros de formação propiciados pelo instituto, interessaram-nos os sentidos veiculados no material didático sobre o tema negócios. Esse material é chamado de “Português básico para negocios”, e, foi confeccionado por integrantes do próprio instituto de línguas, que sentiu a necessidade de um material que pudesse dar conta da especificidade dos cursos que oferece. Portanto, a partir do material didático utilizado durante essas aulas de português para negócios, nos propusemos a refletir sobre as noções que se apresentam sobre indivíduos que pertencem ao meio corporativo, tema que era recorrente em vários textos desse material.

Nesta pesquisa dirigiremos primeiramente um olhar mais geral sobre o material, observando como ele se apresenta aos alunos com a seção de “Boas-vindas aos alunos”, observando os textos e atividades que aí circulam. Em seguida, vamos nos encaminhando para a especificidade que analisamos: como se apresenta a questão dos negócios nesse material, especificamente na figura do empresário bem-sucedido.

Com esse mapeamento de textos e atividades feito primeiramente, chamaram-nos a atenção os vários textos que falam sobre a rotina de empresários. Surgiu então nossa pergunta de pesquisa: como se constrói a imagem do empresário/executivo bem-sucedido no material didático "Português básico para negocios"?

A seguir, falamos sobre a estrutura desta dissertação de Mestrado, apresentando as principais ideias de cada capítulo.

No primeiro capítulo, falaremos sobre línguas para fins específicos. Traçando um panorama histórico de como foi surgindo o interesse por essa área, mostraremos a experiência de Portugal e Brasil. Falaremos também sobre a língua portuguesa vista como língua estrangeira e para fins específicos, mostrando quais são as iniciativas dos países falantes em projetá-la como língua estrangeira em outros países.

No segundo capítulo, detalharemos nosso material de pesquisa. Produziremos portanto, uma descrição desse material, de sua organização, bem como de textos e atividades que o compõem. Ao final desse capítulo, se encontra a metodologia de pesquisa.

No terceiro capítulo, já iniciando as análises, apostamos na reflexão de nosso corpus, a partir das três cenas enunciativas (MAINGUENEAU, 2013). O autor

descreve três cenas enunciativas: cena genérica, cena englobante e cenografia. A partir daí, procuramos analisar nosso material baseados na perspectiva das três cenas. Essa análise acontece com base em duas perspectivas diferentes desse material: a didática, que mostra o material como gênero material didático para aula de português para hispanófonos, e outra que o vê como dispositivo que faz circular ideias relativas ao empresário de sucesso.

O quarto e último capítulo trabalha a produção de subjetividade (MIRANDA; SOARES, 2014). Aqui, analisamos os textos selecionados com base nas imagens que se constroem com relação ao empresário/executivo bem-sucedido nos textos selecionados. Também pensamos a caracterização de um território para esse empresário, que é sempre descrito como bem-sucedido.

Nas considerações finais, procuraremos visualizar a maneira como se constrói esse empresário/executivo bem-sucedido a partir dos textos que apresentam esse personagem. Com isso, gostaríamos de contribuir com as pesquisas em AD e com o campo do ensino de línguas estrangeiras, para que, como professores, estejamos sempre refletindo sobre a linguagem, inclusive na seleção/produção de material didático.

1 ENSINO DE LÍNGUA ESTRANGEIRA PARA FINS ESPECÍFICOS: UM PANORAMA GERAL

Nesse capítulo, produzimos um breve estudo sobre o ensino-aprendizagem de línguas para fins específicos. Consideramos necessário um panorama sobre essa área, já que o curso a ser analisado se situa nessa perspectiva de ensino: português para fins de negócios. As considerações aqui comentadas, nos ajudarão em uma melhor reflexão sobre os pontos que procuraremos analisar.

Primeiramente, faremos uma contextualização histórica, tomando como exemplo Portugal, de como se deu o início de tal modalidade e sua relação com os negócios. A seguir, falaremos dessa mesma perspectiva aqui no Brasil, que ocorreu com a influência lusitana, já que na época o Brasil era habitado pela corte portuguesa.

Na segunda parte, falaremos sobre como se pensou a parte pedagógica do ensino de idiomas para fins específicos, quais foram as ideias que influenciaram o ensino-aprendizagem de maneira geral.

Por último, falaremos especificamente do caso do ensino da língua portuguesa, em como se pensam as questões relacionadas com seu ensino como língua estrangeira.

1.1 Perspectiva histórica de Portugal e Brasil

O interesse em conhecer novas línguas vem da necessidade de possibilitar a comunicação:

O aperfeiçoamento da indústria de navegação, que tornara possível aos homens reencontrar partes de sua espécie separada pelos mares, e, a invenção da escrita e depois da imprensa, que ampliara a possibilidade de comunicação para além da imediatez da interação face a face aumentara a necessidade de uma língua comum. (ASSIS PETERSON; COX, 2007, p. 5).

Nos dias atuais, o que tem contribuído significativamente para que se possa manter contato com falantes de diferentes línguas é a internet, que faz as distâncias se encurtarem drasticamente, já que ela permite a interação de “todos” com “todos”.

Nesta seção, procuraremos tratar de como foi se dando a atenção em conhecer novos idiomas por parte de Portugal e Brasil, e quais foram as ideias que impulsionaram esse interesse. Primeiramente, falaremos sobre o caso de Portugal. E depois sobre o Brasil veremos que esse mesmo interesse, décadas mais tarde, é também impulsionado pelos portugueses, quando a corte se instala no Brasil.

1.1.1 O caso de Portugal

O acontecimento que fez Portugal ter interesse no conhecimento de outros idiomas foi o projeto do perfeito negociante idealizado por Marquês de Pombal².

Marquês de Pombal pensava em maneiras de desenvolver o comércio português, e foi durante sua estada em Londres, entre os anos de 1738 a 1743, que percebeu que seria necessário criar companhias monopolistas e comerciantes bem preparados para esse fim. Durante esse período, ele estudou as leis e os tratados ingleses sobre comércio (TELES, 2012). Portugal vivia, na época, uma crise grave, e a criação da Junta de Comércio em 1755 e das Aulas de Comércio em 1759 se deram no sentido de procurar superar essa crise, apostando nos negócios e na formação desse perfeito negociante. Sendo assim, a solução pensada por Pombal foi investir e pensar a implementação do comércio para que Portugal voltasse a crescer. Essas aulas de Comércio tinham o objetivo de formar o perfeito negociante. Reconhece-se assim, que o caminho para um país mais moderno e o investimento no comércio português passavam pela assimilação e transmissão do conhecimento (TELES, 2012).

Com relação à criação da Junta de Comércio, foi através de um decreto de 30 de setembro de 1755 que o rei extinguiu a “Meza do Bem Comum” para criar essa Junta. Algumas das funções desse órgão eram a fiscalização da indústria em nível nacional, a naturalização de estrangeiros, a supervisão da Real Fábrica das Sedas, a administração e inspeção dos faróis e tudo o que dizia respeito à navegação e à Aula de Comércio.

² Marquês de Pombal foi embaixador do governo português na Inglaterra e na Áustria. Em 1750, quando o rei José subiu ao trono em Portugal, ele passou então a ser ministro do rei.

A importância dada a esse setor se justifica também pelo despreparo de uma boa parte dos comerciantes portugueses, que acabavam por prejudicar tanto o mercado interno quanto o trato com comerciantes de outros países (TELES, 2012).

Detalhando melhor como funcionavam essas Aulas de Comércio, os alunos eram chamados de “assistentes”; precisavam ser portugueses, ter no mínimo 14 anos e saber ler, escrever e contar. As turmas eram compostas de 20 alunos, mas poderiam ter até 30, se a Junta o autorizasse. O curso tinha duração de três anos. A avaliação era feita por meio do lente (mestre) de aula, que julgava, na presença de membros da Junta, quem deveria seguir para o próximo estágio. No entanto, havia uma preferência para aprovação dos “filhos de Homens de Negócio Portuguezes”. Assim, nota-se a intenção da Coroa em incentivar uma nova burguesia comercial (TELES, 2012).

As aulas de Comércio passaram a servir de pré-requisito para vários trabalhos, principalmente para os empregos públicos. A iniciativa dessas aulas serviu de embrião para aulas de língua estrangeira em Portugal e seus domínios (TELES, 2012).

Como vimos, era de extrema importância para o Marquês de Pombal formar homens que tivessem conhecimentos de Comércio para o crescimento de Portugal. Também lhe interessava que esses homens tivessem conhecimento de outras línguas, para realizar transações comerciais, principalmente o inglês, devido à aliança comercial entre Portugal e Inglaterra. Contudo, nos primeiros cursos, não se previu o ensino de línguas estrangeiras. No entanto, alguns anos depois, em 1761, passa-se a agregar ao curso o ensino de francês, que logo em 1765 deixa de fazer parte do currículo, à medida que foram se estabelecendo mais tratados com a Inglaterra.

Teles (2012) comenta acerca de haver uma estranheza no fato de não se considerar a língua inglesa para fazer parte do currículo desse curso, e sim o francês. Ele aponta como possíveis causas a “convenção tradicional da leitura de clássicos autores franceses”, ou “a resistência ao estrangeirismo por parte da sociedade portuguesa deveras receosa depois de tratados nem sempre proveitosos para Portugal” (TELES, 2012, p.53). Pombal foi o responsável por escolher a língua francesa naquele momento, pois era a língua da diplomacia, da moda e da cultura.

Também se estudou italiano durante alguns anos nesse curso, que foi justificado por haver nesse idioma várias obras clássicas de contabilidade.

Outra região de Portugal importante para as atividades comerciais lusitanas era o Porto, às margens do Rio Douro e onde o comércio de vinho era bastante próspero. Com a intenção de expandir os negócios dessa região através de um Alvará de 9 de fevereiro de 1803 cria-se a Academia Real da Marinha e do Comércio. Esse mesmo documento já assinala a importância das línguas vivas na Aula de Comércio do Porto, que seriam de muita importância para o conhecimento de importantes obras estrangeiras relacionadas às temáticas estudadas.

Em 29 de julho de 1803 dá-se a publicação de um Alvará que confirma a criação dessas aulas, nos idiomas francês e inglês. Sobre como deveriam ser essas aulas de outros idiomas, Teles (2012) comenta, com base na observação dos Estatutos da Academia da Real Marinha, que elas deveriam ser baseadas na repetição de expressões, ditado, gramática e tradução.

1.1.2 O caso do Brasil

No Brasil, com a chegada da corte portuguesa, também se promoveram aulas comerciais na Corte, em Pernambuco e na Bahia, com o alvará de 15 de julho de 1809. Os candidatos que desejassem participar do curso deveriam prestar exame de conhecimento de Gramática Nacional, Aritmética e tradução da língua francesa ou inglesa.

O estudo desses idiomas com fins comerciais foi importante para que os comerciantes pudessem desenvolver suas atividades, mas, além disso, também contribuiu para que se pensasse mais tarde o estudo dessas línguas como disciplinas escolares (GUIMARÃES, 2016 apud TELES, 2012).

Alguns anos depois, no início do século XX, com vários tratados entre Brasil e países hispano-americanos, tem-se a necessidade do estudo da língua espanhola nos cursos comerciais. O estudo formal do espanhol em instituições formais no Brasil começa em 1905 na Academia do Comércio do Rio de Janeiro, que tem seus diplomas reconhecidos como oficiais pelo Decreto nº 1.339 de 9 de janeiro (GUIMARÃES, 2016).

A finalidade das escolas comerciais era de dar ao alunado conhecimentos técnicos para o trabalho no campo comercial, bem como a de ministrar uma gama de disciplinas de humanidades para formação dos trabalhadores com o mínimo de cultura, de acordo com a ideologia republicana nacionalista. Para tanto, o Decreto citado previa dois cursos: um geral e outro superior. (GUIMARÃES, 2016, p. 53)

O curso superior habilitava para cargos de agentes consulares, funcionários do Ministério das Relações Exteriores, atuários de companhias de seguros e chefes de contabilidade de estabelecimentos bancários e grandes empresas comerciais. Para essa especificação, o espanhol era parte do currículo.

A partir de 1925, o ensino comercial havia se desenvolvido em todo o país, mas sem nenhum tipo de padronização dos currículos. Por isso, pensa-se em promover uma reforma desse ensino, e o Ministro da Agricultura, Indústria e Comércio, Dr. Miguel Calmon de Pin e Almeida, encomenda projetos para compor uma base de regulamentação nacional. O ministro encarrega o Secretário do Conselho Superior do Comércio, Dr. Heitor de Nóbrega Beltrão e aos Drs. Figueira de Mello e Horácio Berlinck, de desenvolverem projetos nesse sentido (GUIMARÃES, 2016).

Faz-se, assim, um levantamento de como estava a situação dos cursos comerciais distribuídos no país e também novas propostas de normatização. Define-se para quais cargos devem se exigir os cursos superior e fundamental, e formaliza-se que para o curso fundamental se estudem as disciplinas português, francês e inglês. Para o curso superior, ficam definidos o alemão ou italiano e espanhol. Um ano depois, em 1926, publica-se o Decreto nº 17.329, que formalizava essas adaptações. E, com relação ao ensino de línguas, há uma mudança para o curso superior: antes, o aluno deveria cursar espanhol e escolher o italiano ou francês, e agora fica definido que deverá escolher somente uma dentre as três (GUIMARAES, 2016). Dessa forma, o espanhol, que antes deveria ser obrigatório a todos, passa a ser uma escolha do aluno entre as três línguas disponíveis.

Porém, poucos anos mais tarde, em 30 de julho de 1931, o espanhol é oficialmente retirado do currículo porque não era considerado na época um idioma de tradição cultural, e também não representava uma força comercial, já que a maioria dos negócios da época era com países de fala inglesa. Existe ainda, um outro ponto abordado, que prevalece até os dias atuais: o espanhol seria uma língua fácil de se aprender, muito próximo à língua portuguesa (GUIMARÃES, 2016).

1.2 Perspectiva pedagógica do ensino de idiomas

Já com relação à perspectiva pedagógica do ensino de línguas para fins específicos, Beltrán (2004) assinala a perspectiva de Hutchinson e Waters (1987), que dizem haver cinco etapas cronológicas claramente definidas no ensino de línguas para fins específicos:

- a primeira, na década de sessenta, considerava que o ponto de partida para o ensino dessas línguas deveria enfatizar características gramaticais e promover atividades com o uso de seu léxico;
- nos anos setenta, sente-se uma debilidade com relação ao uso da língua com enfoque gramatical, e passa-se a desenvolver conhecimentos de como usar as orações em diferentes atos comunicativos;
- no começo dos anos oitenta há um interesse em, antes de iniciar um curso, pensar em formas de adaptá-lo às necessidades reais do aluno;
- No final dos anos oitenta, se levam em conta os processos de interpretação e raciocínio comuns que permitem compreender o discurso, sem ter em conta unicamente as formas;
- já a quinta e última etapa, preconiza o enfoque na aprendizagem. Diz-se que antes se pensava na língua, seus usos e conteúdos, e agora passa-se a assinalar a importância da metodologia e as formas de aprender.

Nessa espécie de linha do tempo, que mostra quais foram os enfoques no ensino-aprendizagem de idiomas, vemos como as prioridades vão mudando de acordo com a época, à medida que os estudos na área vão avançando. Tínhamos, a princípio, uma valorização da gramática normativa. A seguir, houve mais preocupação com o uso da língua, e, depois, se pensa também na necessidade dos alunos. A última etapa mostra o interesse pela necessidade de refletir sobre a metodologia, sobre como se ensina uma língua, que estratégias podem mostrar melhores resultados.

Em vários estudos realizados mais recentemente, vemos como a preocupação se estende para além do linguístico e do verbal. Outros conhecimentos importantes são levados em conta no momento de pensar a aquisição de novas línguas:

O enfoque do processo de ensino aprendizagem de línguas para a comunicação profissional requer que se tenham em conta processos de comunicação verbal e não verbal, linguísticos e não-linguístico, assim como a incorporação das múltiplas formas de tecnologia de comunicação. Por outra parte, é preciso ter em conta que a interação vai se produzir em um contexto internacional, o que implica conhecimento das diferenças culturais enquanto a saber ser, saber estar e saber fazer, quer dizer, os usos e costumes que regem nos países que se dará a comunicação profissional; normas que estão estritamente relacionadas a cultura da sociedade e, mesmo assim, com a cultura empresarial. (BELTRÁN, 2004, p. 1115, tradução nossa)

Assim, temos, por um lado, a necessidade dos profissionais que desejam aprender uma nova língua e que farão uso dela em processos complexos de conhecimento linguístico; por outro lado, é preciso levar em conta que a comunicação se levará a cabo em uma situação internacional, o que implica o conhecimento de diferenças culturais e também de uma cultura corporativa³. Em suma, é preciso saber ser (imagem e segurança de si mesmo), saber estar (atitudes, usos e costumes sociais que facilitam a convivência) e saber fazer (capacidade para desenvolver com rigor, exatidão e pontualidade as funções profissionais) (BELTRÁN, 2004).

Há ainda um outro conceito chave a levar em conta que é o gênero textual. Ensinar gêneros que atendam a necessidade do aluno é o que faz com que um curso seja especializado. Pensar um curso para um público específico é pensar em quais gêneros são importantes e necessários naquela situação, e desenvolver um conhecimento da língua também dentro dessa perspectiva. É possível pensá-lo tanto no âmbito de textos escritos quanto de textos orais.

O projeto brasileiro de grande destaque na área de ensino de línguas para fins específicos foi desenvolvido com maior vigor a partir de 1980 na PUC-SP, e foi chamado de “inglês para leitura de publicações especializadas”. Esse projeto foi elaborado no intuito de desenvolver cursos de inglês específicos para pesquisadores, professores e técnicos brasileiros que precisavam do conhecimento do idioma para leitura de publicações especializadas ou técnicas (CELANI, 1998). As prioridades desse projeto eram: preparar materiais, configurar um centro de recursos nacional, desenvolver pesquisas e formação de professores. O projeto foi coordenado pela professora Maria Antonieta Alba Celani, que, na época, era

³ Como cultura corporativa, Beltrán (2004) entende os conhecimentos compartilhados sobre a identidade e forma de pensar e agir, bem como regras de usos e costumes que influenciam as atividades dos empregados de determinada corporação.

coordenadora do Programa de Linguística Aplicada na Universidade Católica de São Paulo. Nesse início, 26 universidades brasileiras participaram do projeto.

Citando Ramos (2005), Guimarães (2014) comenta que o Projeto aconteceu em duas fases. A primeira se estendeu de 1978 a 1980 e incluía:

1. Visitas preliminares às diversas universidades federais, em 1978, com o objetivo de avaliar: a necessidade de se ter esse projeto, os tipos de cursos que precisavam ser ofertados, os recursos humanos disponíveis, os materiais e a maneira pelo qual o Projeto poderia melhor servir às necessidades de cada universidade.

2. Seminários (workshops) em 1979 em universidades, onde a receptividade e o envolvimento dos participantes levaram adiante a proposta formal de auxílio do governo britânico para a realização do Projeto. (GUIMARÃES, 2014)

Houve ainda uma segunda fase, entre os anos de 1980 a 1985, etapa que se iniciou com um Seminário Nacional que reuniu especialistas e os coordenadores das universidades participantes (RAMOS, 2005). Nesse Seminário Nacional, que aconteceu em 1980, se decidiu que o programa seria implantado por meio de seminários e sem a produção de um material didático específico, para, assim, garantir a diversidade das culturas locais (GUIMARÃES, 2014)

Ainda com relação à produção de materiais didáticos, se escolheu, portanto, não publicar nenhum material pronto, pois isso era contrário ao que estavam propondo os que coordenavam o projeto. Eles acreditavam que deveriam investir em uma formação de professores que os fizesse capazes de produzir seu próprio material, levando em conta também a necessidade de seus alunos (RAMOS, 2014). Propiciavam-se sempre seminários, encontros, no intuito de que o conhecimento fosse construído entre todos, e também era importante a autorreflexão dos professores que estavam se formando com esse fim (RAMOS, 2014).

O centro de recursos nacional ficou sediado na Universidade Católica de São Paulo. O intuito desse centro era colecionar e divulgar materiais, ajudar na escrita de manuais e dar *feedback*. Ele também deveria servir como um canal de comunicação para professores separados por imensas áreas geográficas (RAMOS, 2014).

Como algumas das contribuições importantes desse projeto para o ensino de línguas para fins específicos no Brasil, Ramos (2014) aponta a metodologia que se utilizava, baseada no uso de textos autênticos, ensino e aprendizagem de

estratégias de leitura, juntamente com a consciência de processos de leitura com o objetivo de permitir que os alunos lidassem com textos escritos em inglês em um breve período de tempo, uma vez que a maioria dos cursos foi oferecida em um ou dois semestres. Além disso, enfatizava-se a criação de materiais, tarefa que agora cabia aos professores, segundo a necessidade de seu grupo. Não mais se preparava todo um curso com base em um único guia ou material didático.

[...] o envolvimento do professor é essencial na produção e uso contínuo de materiais de ESP na sala de aula. Não seria coerente com a filosofia do Projeto produzir materiais e depois treinar os professores a usá-los. Ao invés disso, os professores deveriam ser ajudados a produzir seus próprios materiais, por mais irregulares que os produtos assim criados possam ser, e por mais “reinvenção da roda”, possa existir. (CELANI,1988, p.6)

1.3 O português como língua estrangeira

Já mais especificamente sobre o português, aqui procuraremos refletir sobre os estudos realizados sobre esse idioma tanto como língua materna, quanto como língua estrangeira. Também falaremos sobre algumas iniciativas que buscam fazer com que o português atraia a atenção de outros países, em estudá-lo como língua estrangeira.

A respeito do estudo da língua portuguesa, desde uma perspectiva histórica no Brasil, Diniz & Fontana (2008), citando Guimarães (2004), nos apontam quatro fases desse processo:

- da chegada dos portugueses ao Brasil até o século XIX: caracteriza-se por ser um momento de ausência de estudos sobre a língua portuguesa. Começa-se a pensar sobre construções inadequadas de escritores brasileiros e portugueses;
- do início da segunda metade do século XIX até fins dos anos 30 do século XX: início de estudos sobre o português do Brasil e publicação das primeiras gramáticas produzidas no Brasil, pela fundação da Academia Brasileira de Letras; debates em torno da diferença entre o português do Brasil e o de Portugal;
- do fim dos anos 30 até década de 60 do século XX: tem início o curso de Letras no Brasil, em que a Linguística passa a ser disciplina obrigatória;

- de meados dos anos 60 do século XX até hoje: há a institucionalização da Linguística em todos os cursos de Letras do Brasil e início de cursos de pós-graduação em Linguística;

No Brasil, portanto, uma tradição mais bem fundada de estudos referentes ao português tem grande impulso com a criação do curso de Letras e da área de Linguística. Esse fato, que aconteceu não há muito tempo, revela que os estudos de português como uma língua estrangeira também apareceram no Brasil há poucas décadas, já que um avanço considerável de estudos sobre PLE só começa a se desenvolver a partir da década de oitenta, impulsionado pelos Tratados do Mercosul:

Esse momento se origina no fim dos anos 80, adquire força durante a década de 90 com os Tratados do Mercosul – que constroem um novo espaço de cooperação regional entre os países do Cone Sul –, e se desenvolve amplamente até os dias de hoje a partir de uma iniciativa explícita do Estado brasileiro para inserir o Brasil política e economicamente no cenário mundial. Esses tratados de integração política, econômica, cultural e educativa deram origem a novos espaços geopolíticos transnacionais que afetaram diretamente a circulação das línguas nacionais dos países envolvidos. (DINIZ; FONTANA, 2008, p. 89).

Como esforços do Brasil de constituir políticas de promoção da língua portuguesa na América Latina, Carvalho (2012) aponta algumas medidas do governo brasileiro com esse fim, que se deram a partir do Mercosul. Algumas delas são:

- em 30 de novembro de 2005, os governos argentino e brasileiro assinaram o Protocolo para a promoção e o ensino do espanhol e do português como segundas línguas;
- Projeto Escola Intercultural Bilíngue de Fronteira (PEIBF): fruto de um acordo bilateral entre Brasil e Argentina, criado em 2005, tinha por objetivo inicial promover o intercâmbio entre professores brasileiros e argentinos para estreitar laços de interculturalidade entre cidades vizinhas através da implantação de um sistema de escolas bilíngues português/espanhol ao longo de toda a fronteira entre os dois países;
- Observatório da Educação na Fronteira (OBEDF): visa à educação linguística nos contextos de fronteira do Brasil com países hispânicos;

- Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA): situada em Foz do Iguaçu (Paraná), na fronteira tríplice Brasil-Argentina-Paraguai, a UNILA fundamenta-se em uma política educacional bilíngue português/espanhol voltada a questões do desenvolvimento latino-americano.

Nos anos noventa, também se percebe que se começou a fortalecer, com reforço de disciplinas já existentes, a criação de novas habilitações e produção de projetos de pesquisa e trabalhos acadêmicos sobre a área de português como língua estrangeira (DINIZ; FONTANA, 2008).

Outro fator de grande representatividade para a área, é a prova Celpe-Bras:

O Celpe-Bras é um Exame que possibilita a Certificação de Proficiência em Língua Portuguesa para Estrangeiros. Desenvolvido e outorgado pelo Ministério da Educação (MEC), aplicado no Brasil e em outros países com o apoio do Ministério das Relações Exteriores (MRE) é o único certificado de proficiência em português como língua estrangeira reconhecido oficialmente pelo governo do Brasil. Internacionalmente, é aceito em empresas e instituições de ensino como comprovação de competência na língua portuguesa e no Brasil é exigido pelas universidades para ingresso em cursos de graduação e em programas de pós-graduação, bem como para validação de diplomas de profissionais estrangeiros que pretendem trabalhar no país. (INEP, 2018)

Trata-se, portanto, de um exame de caráter oficial que reconhece as habilidades do aprendiz com a língua portuguesa. Segundo várias fontes, o número de pessoas interessadas em realizar o exame vem crescendo ano após ano:

Também merece destaque o *Certificado de Proficiência em Língua Portuguesa para Estrangeiros* (Celpe-Bras), já apresentado anteriormente. Esse exame, cujo processo de implementação teve início em 1993 e cuja primeira aplicação data de 1998, encontra-se em franco processo de crescimento, sendo atualmente aplicado em cerca de 20 centros no Brasil e 40 no exterior, espalhado por mais de 25 países. (DINIZ, 2008, p. 62)

Sobre a produção de livros didáticos de português como língua estrangeira, Diniz (2008) conta que os primeiros materiais produzidos com esse fim não foram elaborados no Brasil, mas sim no exterior:

Talvez não seja exagero afirmar que, excetuando-se a PUC-RS (ali se usava Português para Estrangeiros, de Mercedes Marchant), a quase totalidade dos (pouquíssimos, aliás) cursos de Português do Brasil oferecidos em nosso país na década de 50 dependiam de textos escritos no exterior, principalmente nos Estados Unidos. Não é, portanto, de estranhar que o primeiro livro didático para ensino de nossa variedade brasileira da

língua portuguesa – razoavelmente influenciado pela Lingüística de base estruturalista em vigor naquela época – fosse Spoken Portuguese de autoria de um ítalo-americano, Vincenzo Cioffari, edição do ‘American Council of Learned Societies’ para as Forças Armadas dos EEUU. (DINIZ; FONTANA, 2008, p. 105 apud GOMES DE MATOS, 1989).

A produção de livros didáticos aqui no Brasil toma força a partir dos anos 90, quando começam a aparecer vários volumes, alguns, inclusive, já voltados para públicos mais específicos:

É, porém, a partir da década de 90, que o número de LDs brasileiros de PLE publicados aumenta substancialmente. Diversificam-se então os públicos alvos dos livros, aparecendo materiais para hispano-falantes (“Conhecendo o Brasil: curso de português para falantes de espanhol” e “Um português bem brasileiro”), crianças (“Português para estrangeiros infanto-juvenil”), adolescentes (“Sempre amigos: Fala Brasil para jovens”, “Tudo bem: português para a nova geração”), funcionários de empresas (“Panorama Brasil: ensino do português no mundo dos negócios”, “Diálogo Brasil: curso intensivo de português estrangeiros) e candidatos ao exame Celpe-Bras (“Estação Brasil: português para estrangeiros”). Os níveis de proficiência contemplados pelos livros também se ampliam, passando a haver uma maior quantidade de livros para alunos de nível básico, intermediário e avançado. Além disso, os LDs passam, cada vez mais, a ser acompanhados por outros materiais, como livro do aluno, livro do professor, livro de exercícios, fitas cassetes/CDs, glossários etc. (DINIZ, 2008, p. 5-6)

Chama-nos a atenção o livro “Panorama Brasil”, que é especificamente para “o mundo dos negócios”. Podemos, assim, dizer que se está configurando aí uma preocupação com o ensino de português no domínio de fins específicos de negócios, como é o caso do material desta pesquisa.

1.4 Esforços de projetar o português como língua de negócios

Em uma pesquisa de 2006, Maria Souza Galito, uma pesquisadora portuguesa, se dedicou a pensar o panorama da língua portuguesa enquanto língua de trabalho. Ela comenta sobre as iniciativas do governo português com relação a isso, e também de outros países de língua portuguesa. A seguir, tecemos alguns comentários da autora, já que nos interessa essa perspectiva de português enquanto língua no ambiente de trabalho.

Quando pensamos no ensino de uma língua para fins de trabalho, estamos promovendo essa língua com uma finalidade de negócios, para gerar impactos econômicos.

Para aqueles que buscam esse tipo de conhecimento, pensa-se que “apostar numa língua, pode também adjuvar à promoção do conhecimento, do comércio e do investimento entre indivíduos, entre povos que nela se expressam, abrindo-se, talvez assim, o caminho a externalidades positivas” (DINIZ, 2008, p. 7). Diferentemente de outros conhecimentos, aprender uma língua ganha mais representatividade segundo o seu número de falantes, pois, quanto maior o número de falantes da língua estudada, maior é a possibilidade daquele conhecimento ser aproveitado.

Galito (2006) falando sobre os valores de se conhecer uma língua estrangeira, diz que eles podem ser de três tipos: um valor de uso, um valor de troca, um valor simbólico e um certo prestígio social. O uso da língua se relaciona à capacidade de um indivíduo ou grupo se expressar e dominar o conhecimento daquele idioma, esse valor também está relacionado com o número de falantes daquela língua, o que definirá as possibilidades de uso dela para algum fim. O valor de troca tem a ver com as razões que levam alguém a se comunicar naquele idioma, razões essas que podem ser das mais variadas: subjetivas ou objetivas, culturais ou profissionais. Já o valor simbólico:

pode envolver uma interpretação subjetiva, emblemática ou conjectural da língua, na intenção consciente ou inconsciente de procurar um sentido de pertença e uma identidade relativos a grupos que partilhem essa forma de comunicar; e, talvez em sua consequência, comunguem uma cultura ou uma forma de interpretar o mundo que lhes seja mais próxima e lhes permita compreender/ interpretar (melhor) o que os rodeia. (GALITO, 2006, p. 8)

Galito (2006) reflete sobre os esforços em consolidar a língua portuguesa como língua que se mostra importante de ser conhecida em outros países. Nesse sentido, a autora fala sobre os esforços dos países falantes de língua portuguesa no sentido de promovê-la como língua de negócios. Um acontecimento importante para isso foi:

Na “XXV Conferência Geral da UNESCO (Paris, 1989), onde o Português passou a ser reconhecido – muito embora já constasse do capaz de idiomas oficiais – como “uma língua que pertence a civilizações e culturas múltiplas”

e, conseqüentemente, “uma língua de comunicação internacional, cuja importância no mundo é crescente”. (GALITO, 2006, p.27)

Destaca-se também um projeto de iniciativa da Presidência da República Portuguesa, do Instituto Camões e do Ministério de Educação, que se desenvolveu na França, onde se instituiu um programa conhecido como “*je parle portugais*”. Outra iniciativa nesse sentido deu-se em Timor-Leste, onde se instituiu o programa “Férias em Português”, que aconteceu entre os meses de Agosto e Setembro 2002, e que, por sua vez, resultou de uma iniciativa do Instituto Camões em parceria com o Instituto da Juventude (IJ) e o Instituto de Cooperação Portuguesa (ICP), com o alto patrocínio do Secretário de Estado dos Negócios Estrangeiros e da Cooperação, e da Portugal Telecom.

Um esforço para a difusão e estudo da língua portuguesa, com iniciativa de vários países que a têm como língua oficial, foi a criação do Instituto Internacional de Língua Portuguesa (IILP). Ele representa as nove nações da Comunidade de Países da Língua Portuguesa (CPLP) – Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe, Timor Leste.

O Instituto Internacional de Língua Portuguesa (IILP) foi proposto pela primeira vez a 1 de Novembro de 1989 em S. Luís do Maranhão, no Brasil sete anos antes da criação oficial da CPLP em Julho de 1996. Com a I Reunião Preparatória do IILP, realizado a 18/19 de Janeiro de 2001, iniciaram-se uma série de Seminários do IILP que, durante o ano de 2001, se preocuparam em garantir, num primeiro momento, as condições para o funcionamento (organização, financiamento e orçamento) efectivo do IILP. E, num segundo momento, a abertura da discussão à sociedade civil, através de “Oficinas de Trabalho”; permitindo a auscultação dos vários sectores das sociedades dos Estados Membros da CPLP sobre os objectivos do IILP, relacionados com a promoção, defesa, enriquecimento e difusão da Língua Portuguesa. (GALITO, 2006, p.57)

A criação desse Instituto tem como pilar três objetivos fundamentais: (1) a questão relativa à língua portuguesa e à diversidade do universo dos falantes nas literaturas dos países da CPLP; (2) a questão da promoção, difusão e enriquecimento da língua portuguesa; (3) e o balanço entre a língua portuguesa e as línguas nacionais na escolarização.

Atualmente, o país que tem mostrado interesse no estudo da língua portuguesa é a China:

A China está com um grande desenvolvimento económico e com olhos para a cooperação com os países em desenvolvimento da África, com o Brasil e

também com Portugal, como porta de entrada na União Europeia. (FREITAS, 2004).

A região de Macau, autônoma, tem sido o lugar onde se estão dando as relações entre os dois mercados estratégicos (chinês e lusófono). Ali foram instituídos organismos como o Fórum para a Cooperação Económica e Comercial entre a China e os Países de Língua Portuguesa (FREITAS, 2004).

Galito (2006), também fala sobre como o conhecimento de uma língua estrangeira tem sido encarado no âmbito das empresas. A autora comenta que as empresas têm procurado contratar funcionários que dominem uma ou mais línguas, isso é um diferencial para aqueles que buscam crescer ou entrar nesse mundo. Está se passando a uma valorização do conhecimento de vários idiomas, o que tem impulsionado mais interesse em desenvolver pesquisas e materiais específicos para esse público:

Os padrões de recrutamento refletem um mundo em mudança... conhecimentos de línguas podem conceder uma vantagem evidente no que é agora um mercado de trabalho muito competitivo. Empregadores estão a ter uma visão mais global sobre o recrutamento e o perfil do funcionário desejável está a mudar. A preferência é geralmente conferida a pessoas mais qualificadas em línguas, não apenas porque podem comunicar além fronteiras mas porque os conhecimentos de línguas tendem a andar de mão com a capacidade de adaptação e o despertar para a importância de criar empatia com os outros. (GALITO, 2006, p.38)

Essas afirmações da autora, com relação à importância que as empresas dão ao conhecimento de outras línguas, são corroboradas por nossa pesquisa, pois o contexto do curso analisado é de aulas dentro de uma empresa que precisa que os funcionários hispanofalantes conheçam o português para viabilizar os negócios com o Brasil.

2 CONTEXTUALIZANDO: COMO FUNCIONA O CURSO “PORTUGUÊS PARA NEGÓCIOS” E COMO É O MATERIAL DIDÁTICO UTILIZADO

Nossa pesquisa será realizada a partir da experiência com aulas de Português como Língua Estrangeira dentro de um instituto de idiomas localizado em Santiago do Chile. A seguir daremos mais detalhes sobre o curso e detalharemos o material didático com o qual trabalhamos na pesquisa.

2.1 O curso “Português para negócios”

O material sobre o qual trabalharemos nessa pesquisa é uma apostila criada por um instituto especializado em aulas de Português Língua Estrangeira em Santiago do Chile. Foi no ano de 2012, quando se dá a fusão de duas grandes empresas, a Lan chilena e a Tam brasileira, que tive contato com a realidade da língua portuguesa em Santiago do Chile, trabalhando durante dois anos e meio com funcionários da Lan, ensinando-lhes a língua portuguesa. Nesse processo, o português passa a ser de muita necessidade para o grande número de funcionários da Lan, já que todos precisam viajar e participar de reuniões com brasileiros, para que todo o processo de fusão ocorra da melhor forma possível.

O instituto em que trabalhei e no qual tive contato com o material a ser analisado é conhecido na capital chilena. A seguir comentaremos algumas informações sobre ele que encontramos em página *web*. Segundo as indicações, o instituto já possui cerca de 10.000 alunos aprovados em seus cursos. Não encontramos a informação de há quantos anos ele oferece as aulas, mas é dado a conhecer que foi o primeiro do Chile a oferecer o curso de português especializado em negócios. Segundo a instituição, os diferenciais que eles apresentam são: ser um instituto especializado em português, cursos personalizados, horários flexíveis, aulas no local de trabalho e material exclusivo, professores nativos. Sobre a metodologia que se utiliza nos cursos encontramos que são aulas comunicativas, com foco na conversação, e sempre no idioma estudado. Há ainda uma parte dedicada a incentivar os alunos a estudar português, pois, segundo a página: “o

português é depois do inglês o idioma mais utilizado no Chile”, e “o Brasil é um mercado com mais de 200 milhões de pessoas”. De acordo com essas afirmações, o foco está nas aulas de português para empresas.

Nesse mesmo espaço *web*, encontramos os serviços que o instituto disponibiliza: cursos para pessoas, para empresas, traduções em língua portuguesa, e além disso, também cursos de espanhol e inglês. Esses dois últimos passaram a ser ofertados há dois anos, e até então o único idioma era o português. Mais especificamente sobre os cursos de português ofertados, percebe-se que há duas modalidades: comunicativo e português para negócios. Cada um deles trabalha com um material didático específico.

Uma das chaves para o sucesso desse instituto é a forte presença dentro das empresas, muitas delas brasileiras ou que possuem sedes no Brasil. Também na página *web* se citam algumas empresas nas quais os cursos são contratados.

Nessa pesquisa trabalharemos com o curso para negócios, já que nos interessam os sentidos criados sobre essa temática num material direcionado ao aluno/trabalhador do ambiente empresarial. Como a maior parte dos clientes do instituto são empresas que compram o curso para funcionários, o material é um diferencial oferecido, pois procura tratar das necessidades específicas de pessoas que precisam utilizar o idioma no ambiente empresarial.

As empresas que compram o curso “Português para negocios” recebem este material que é específico para este público. As aulas funcionam com um professor que vai até o trabalho e utiliza-se de uma das salas de reunião da própria empresa como sala de aula. Os grupos se formam entre 5 e 8 alunos de áreas específicas, segundo a demanda da empresa. Os alunos são também colegas de trabalho, e, portanto, trabalham juntos na mesma área. As secretárias também costumam fazer os cursos. Algumas vezes fazem com colegas de diferentes funções. Também existe a opção de formar grupos somente com secretárias.

Há também a modalidade individual, esta disponível somente para gestores. Por conta das viagens e dos horários apertados, eles possuem aulas particulares.

Para serem aprovados no curso, os alunos precisam apresentar uma frequência de no mínimo 80%, realizar avaliações orais e escritas, obtendo no mínimo uma média de 80 pontos. A empresa arca com os custos do curso, exceto na circunstância de o aluno não conseguir a aprovação. Caso isso aconteça o estudante terá que pagar.

No início do material distribuído aos alunos, a primeira página contém “reglas del curso de português” (Anexo A) onde se apresentam as informações de como funciona o curso e também das obrigações do aluno. Lá se informa a quantidade de horas de curso, número e peso das avaliações, como solicitar uma nova avaliação quando o aluno não conseguir estar presente, a importância da disciplina e realização de tarefas para uma boa aprendizagem, e também procedimentos, caso seja necessário cancelar alguma aula. Na primeira aula, uma cópia desse mesmo material é levada aos alunos e pede-se que a leiam e assinem, mostrando, assim, estarem cientes de como o curso funciona.

As quatro avaliações escritas que devem ser realizadas durante o curso já estão elaboradas, só precisam ser aplicadas de acordo com o cronograma, que também é distribuído aos alunos no início do curso. Somente as avaliações orais são abertas e exigem que o professor as prepare, porém há uma lista de itens a serem avaliadas: usos de estrutura gramatical, vocabulário, pronúncia, comunicação de ideias e compreensão oral. Todas as avaliações deviam ser corrigidas pelos professor, mostradas aos alunos e, em seguida, entregues ao instituto, onde permanecem arquivadas.

2.2 Descrição do material “Português para negócios”

Essa modalidade de curso conta com três níveis de ensino: básico, intermediário e avançado. Cada um deles possui um material específico que procura integrar o ensino de português com a temática de negócios. A versão das apostilas é somente para estudantes, não possuindo uma versão exclusiva do professor.

Nesta pesquisa trataremos do curso básico, pois foi com ele que trabalhei durante dois anos e meio. A seguir, faremos uma descrição deste material, procurando fazer um panorama das atividades e textos que aí circulam.

2.2.1 “Boas- vindas” ao aluno e “reglas del curso de portugués”

No início de todas as apostilas do instituto, como já comentamos brevemente no item anterior, há uma espécie de acolhimento ao aluno, onde se apresenta a equipe de coordenadores e assistentes acadêmicos e financeiros, com o contato de e-mail de cada um deles. Logo abaixo, há um breve relato de aspectos referentes a metodologia do curso, explicando tratar-se de um curso comunicativo, com ênfase na conversação e que evita a tradução.

Pensando na questão de enunciador e coenunciador desse texto, observamos uma mudança entre as boas-vindas ao aluno e a metodologia do curso. Há um enunciador que representa esse instituto, o que pode ser percebido pelos pronomes possessivos de que faz uso:

Nuestro equipo

Nuestros cursos

O coenunciador esperado é revelado logo no início do texto, que é iniciado pela expressão “estimado(a) alumno(a)”, ou seja, os alunos desse curso são os coenunciadores. Mas, na segunda parte, onde se faz a descrição da metodologia do curso, os alunos passam a ser referidos de maneira impessoal:

Los alumnos aprenderán...

Los alumnos deben aprender

Na página a seguir, encontram-se as regras do curso de português, assim nomeadas pelo material. Com relação a essa parte, ressalta-se sua importância, já que no primeiro dia de aula, os professores devem levar uma cópia desse mesmo material para os alunos, que devem fazer a leitura e assiná-lo, e em seguida entregar a versão assinada para o professor. Há, assim, um interesse em que os alunos estejam cientes do conteúdo dessas regras, e ainda que se comprometam a segui-las já que precisam assiná-lo. Segundo o Dicio (Dicionário online), regras são “Princípios que servem como padrão; norma, preceito”, ou seja, aqui devemos encontrar quais são os preceitos que devem ser observados nesse curso. Os alunos

são os coenunciadores esperados para essas regras, como observamos na parte inicial: “A continuación, detallamos una serie de consideraciones y requisitos que deben tener presente y cumplir durante el desarrollo del curso para lograr un óptimo desempeño, y por lo tanto cumplir con los objetivos de la actividad”. De acordo com esse fragmento, aqui se encontram informações que os alunos devem conhecer, e requisitos a cumprir para conseguir um ótimo desempenho. Ainda de acordo com esse fragmento, obter um ótimo desempenho é o objetivo do curso. Portanto, os aspectos aqui detalhados são aqueles que farão os alunos ter um bom aproveitamento do curso. A seguir veremos cada um dos tópicos apontados nessa seção de regras, e que são as considerações e requisitos para ter um bom resultado no curso, segundo o material.

- estrutura do curso: horas de aulas, número de avaliações e diz que todos os cursos sempre terão data de início e fim.
- materiais: serão entregues aos alunos no primeiro dia de aula.
- avaliações: serão realizadas 4 avaliações, cada uma conterà uma parte escrita valendo 50% e oral completando os demais 50%. Em caso de falta no dia da avaliação, o aluno terá 10 dias úteis para realizar a prova.

Para explicar as avaliações, usa-se uma tabela, e logo abaixo, explica-se o seu conteúdo:

Evaluaciones	Evaluación Escrita	Evaluación Oral	Porcentaje Total
Evaluación I	50%	50%	100%
Evaluación II	50%	50%	100%
Evaluación III	50%	50%	100%
Evaluación IV	50%	50%	100%

Evaluaciones N° 1, 2, 3 y 4: Se realizará una evaluación escrita con una ponderación del 50%, una evaluación oral de un 50% cada una.

A maneira como se faz essa apresentação é confusa, pois não há necessidade de desenvolver-se uma tabela para isso. Além do mais, se comenta a mesma informação logo abaixo do esquema. Portanto, o uso que se faz dessa tabela procura criar um outro sentido que não é ajudar na compreensão, mas talvez possa ser dar um sentido de organização, sistematização de valores. O que pode dar mais credibilidade às informações ali apresentadas.

- disciplina: comenta-se sobre a importância de trazer os materiais, ser pontual e evitar interrupções.

É interessante pensarmos sobre esse tópico, já que sabemos que os alunos serão sempre adultos, e portanto já conhecerão o funcionamento de uma aula, onde esquecer o material ou chegar atrasado podem prejudicar a aprendizagem, mas são situações que podem ser relevadas. Com relação às interrupções, é confuso, já que não se explica o que se entende por ela. Interromper a aula pode se confundir com participar dela, que é o que deveria se esperar, uma vez que o curso é comunicativo e tem ênfase na conversação.

- tarefas: os alunos devem realizar as tarefas para assim aproveitar melhor o curso.

Outro ponto que não se espera precisar expor para um aluno adulto, e que já está familiarizado com o gênero aula. Além do mais, não se explica o que se entende por tarefa: se podem ser atividades realizadas durante a aula ou fora dela.

Assim como no tópico anterior, já há uma expectativa sobre esses alunos/trabalhadores, com a naturalização de que alunos sempre serão indisciplinados e não farão as tarefas do curso.

- frequência e aprovação: o aluno precisa obter uma média de no mínimo 80% e uma frequência de no mínimo 80 pontos numa escala de 0 a 100 para ser aprovado.
- cancelamento e reposição de aulas: informa-se que os alunos têm o direito de cancelar algumas aulas e repô-las na sequência.
- contatos: se coloca à disposição um número telefônico e e-mail caso se queira fazer alguma observação ou reclamação.

E, finaliza-se com “sejam bem-vindos ao Instituto Cultura Brasil”.

Um ponto que nos chama a atenção é que, logo no início do detalhamento das regras, se diz que segui-las fará com que se tenha um bom aproveitamento do curso. Mas será suficiente? Provavelmente não, já que não se faz menção à aprendizagem da língua portuguesa. Podemos pensar que esse material serve como uma espécie de contrato entre o instituto e o aluno, que deve inclusive entregá-lo assinado. Esse contrato nos dá a entender que o curso já está “pronto”, tudo já foi devidamente planejado, tanto os aspectos relativos ao ensino quanto à aspectos administrativos, e o aluno deve somente adaptar-se, encaixar-se a esse modelo. Caso o faça, terá um bom aproveitamento do curso.

Pode-se perceber isso também, já que na maioria das vezes que o aluno é sujeito da oração ele vem acompanhado do verbo “dever”. Sendo assim, aqui o aluno é aquele que sempre deve cumprir algo, ao contrário do curso, que já está pronto.

Quando pensamos no coenunciador desse texto, acontece o mesmo que anteriormente, o aluno é tratado indiretamente durante todo o texto, e somente no final com a expressão “sejam bem-vindos ao Instituto Cultura Brasil” ele é novamente citado diretamente.

2.2.2 Considerações sobre o sumário do material

Em seguida, encontramos o sumário do material (Anexo B). Nele é possível ter uma ideia de como o curso se organiza e quais são os aspectos abordados nesse nível básico. O curso se organiza em quatro unidades, cada uma delas contém 5 módulos, com exceção da unidade 2 que possui 6. Além disso, cada módulo possui no final algumas atividades complementares, que se propõem a revisar e praticar os conteúdos de gramática normativa trabalhados naquela unidade, exercícios esses, em sua grande maioria, de preenchimento de lacunas com as formas verbais flexionadas corretamente. Há também, uma parte relacionada a “hora do cafezinho”, que traz textos de diferentes temáticas: linguagem corporal brasileira, avaliações de como são os executivos brasileiros e a história da moeda brasileira. Esses textos são trabalhados como atividades de leitura e fonéticas. Na seção final de cada unidade encontramos também uma parte dedicada à música brasileira, onde elas são usadas com fins também de fonética e/ou exercícios de gramática normativa.

Cada uma das unidades trata de um tempo verbal: presente, pretérito perfeito, pretérito imperfeito e, por último, futuro. Cada unidade possui um nome, mas essa informação não está presente no sumário, somente no início de cada unidade dentro do material. Notamos também uma certa falta de padronização nos nomes escolhidos para as unidades e tópicos, já que não se segue uma proposta de trabalhar cada uma delas a partir de uma única proposta temática, como veremos a seguir.

A primeira unidade chama-se “Bem-vindo ao Brasil”; a segunda, “grandes empresas”; a terceira, “viagens, reuniões, negócios”; a quarta e última, “Futuro”. Como comentamos, as unidades não seguem uma lógica temática e por isso os nomes dados a cada uma delas trata de um dos conteúdos trabalhados naquela unidade. Encontramos na apresentação do curso presente neste material, que abordamos na seção anterior, que se seguiria uma metodologia comunicativa, e, portanto, se esperaria encontrar entradas que correspondessem a essa metodologia. No entanto, veremos que isso não acontece. Percebe-se que há uma confusão de metodologias que algumas vezes se inclinam para a comunicativa, outras para a gramática normativa ou temas relacionados a negócios.

Primeiro constatamos que há uma desordem no nome dado à primeira unidade no sumário, já que ela se chama “Bem-vindo ao Brasil”, e o nome do módulo 1 é “Oi! Tudo bem?”. No sumário se esqueceu de grafar unidade 1, e logo se escreveu módulo 1, o que acabou fazendo com que aparecesse o nome “Bem-vindo ao Brasil” como nome do primeiro módulo, engano que é desfeito ao se olhar o respectivo capítulo e unidade dentro do material. No título da primeira unidade, notamos uma referência à língua que será ensinada através da expressão “Bem-vindo ao Brasil”, ou seja, pretende-se abordar temáticas relacionadas ao Brasil, país que tem como língua oficial o idioma estudado. Com as entradas do sumário, vemos que os alunos terão contato com os seguintes temas nesta unidade: módulo 1 - Oi! Tudo bem ?, 2 - Agenda e profissões, 3 - De onde você é?, 4 - Rotina, 5 - O que é isto? Artigos: parte 1. Como vemos, há algumas expressões que pertencem a uma abordagem comunicativa, como os módulos 1 e 3, que trabalham a partir de uma pergunta que deve ser respondida incitando o aluno a respondê-la e, assim, propiciar uma situação de comunicação. Mas há também os módulos 2 e 4, que se referem a uma abordagem a partir do vocabulário relacionado a “agenda” e “profissões e rotina”. E o último módulo, que traz uma pergunta (O que é isto?) e também uma classificação da gramática normativa (Artigos), há, portanto, uma mescla entre abordagens. Sobre a unidade pensamos também que o título dado, “Bem-vindo ao Brasil”, não corresponde aos temas que realmente são aí tratados, mostrando assim que não é uma preocupação do material fazer o capítulo funcionar de acordo com uma temática estabelecida.

A unidade 2 intitula-se “empresas brasileiras”, fazendo assim uma relação entre o idioma estudado e a característica específica deste curso, que é um curso

para negócios. Esta unidade se divide nos seguintes módulos: 1- Grandes empresas, 2- Experiências passadas, 3- Falando em experiências passadas, 4- ligações telefônicas, 5- Pronomes possessivos, 6- E-mails e correspondências. Aqui há a mesma confusão com relação às entradas, que podem ser temas como em 1, 2 e 3 ou podem ser gêneros discursivos como em 4 e 6. Observamos ainda, que esses gêneros trabalhados nos módulos 4 e 6 são relevantes para o mundo empresarial, já que são muito utilizados nesse tipo de trabalho. E, também há o módulo 5, que aborda uma temática de nomenclatura gramatical. Um fator que chama a atenção são entradas 2 e 3, que praticamente têm o mesmo nome, e é difícil imaginar qual seria a diferença entre elas, e se realmente é necessária a divisão em dois módulos para um mesmo tema. E, para o nome dado ao capítulo, não existe uma correspondência entre ele e todos os temas trabalhados ao longo dele.

O capítulo 3 se chama “viagens, reuniões, negócios”, que busca também sincronizar o ensino da língua com o fim específico que é trabalhar em um contexto de negócios. Aqui se delineia também o que se espera do aluno trabalhador desse meio: ele é alguém que realiza viagens, participa de reuniões e faz negócios. Podemos comprovar a importância destas temáticas uma vez que temos um capítulo inteiro dedicado a elas. Ele se divide nos seguintes módulos: 1- Reuniões de negócios, 2- Pelo mundo, 3- Viagens de lazer e/ou negócios, 4- Jantar ou almoço de negócios e 5- As empresas e a Responsabilidade social - Pretérito Imperfeito do Indicativo. Nesse capítulo podemos dizer que há uma correspondência entre o título da unidade e os temas abordados, já que eles possuem relação com “viagens, reuniões, negócios”. O que produz um certo estranhamento é o módulo 5 que relaciona um tema, a responsabilidade social das empresas, com uma entrada pretérito imperfeito do indicativo. Fica confuso entender o que essa nomenclatura gramatical faz aí.

A última unidade chama-se “futuro”. Esse título também produz um certo estranhamento, pois fica muito vago. Será que se refere ao tempo verbal futuro? Ou a falar sobre situações futuras? Sobre uma relação entre o futuro e o mundo dos negócios? Este capítulo contém os seguintes módulos: 1- Meio ambiente, 2- O Brasil em 2020, 3- Fazendo uma compra, 4- Serviços bancários e salário mínimo e 5- Vamos de metrô? Vemos aqui, como em outras unidades, a falta de coerência nas entradas, que em 3 e 5 se apresentam como situações de comunicação e, em 1, 2 e

4 se referem a temas. Chama-nos a atenção o fato de não haver uma relação direta entre essa unidade e o fim de negócios do curso, ao contrário do que aconteceu nas unidades 2 e 3.

A partir dessa breve exposição acerca do sumário do material didático que trabalhamos nessa pesquisa, podemos também delinear um perfil de aluno a partir dos capítulos, ou seja, para esse material didático, um aluno de português que trabalha com negócios precisa: saber se apresentar e falar sobre ele mesmo (capítulo 1), conhecer grandes empresas e empresas brasileiras (capítulo 2), fazer viagens, participar de reuniões e outras situações para tratar de negócios (capítulo 3), e falar sobre o futuro do Brasil e o que acontecerá no futuro, além de saber realizar atividades cotidianas como serviços bancários, compras e mobilidade quando estiver no Brasil (capítulo 4).

2.2.3 Textos e atividades do material

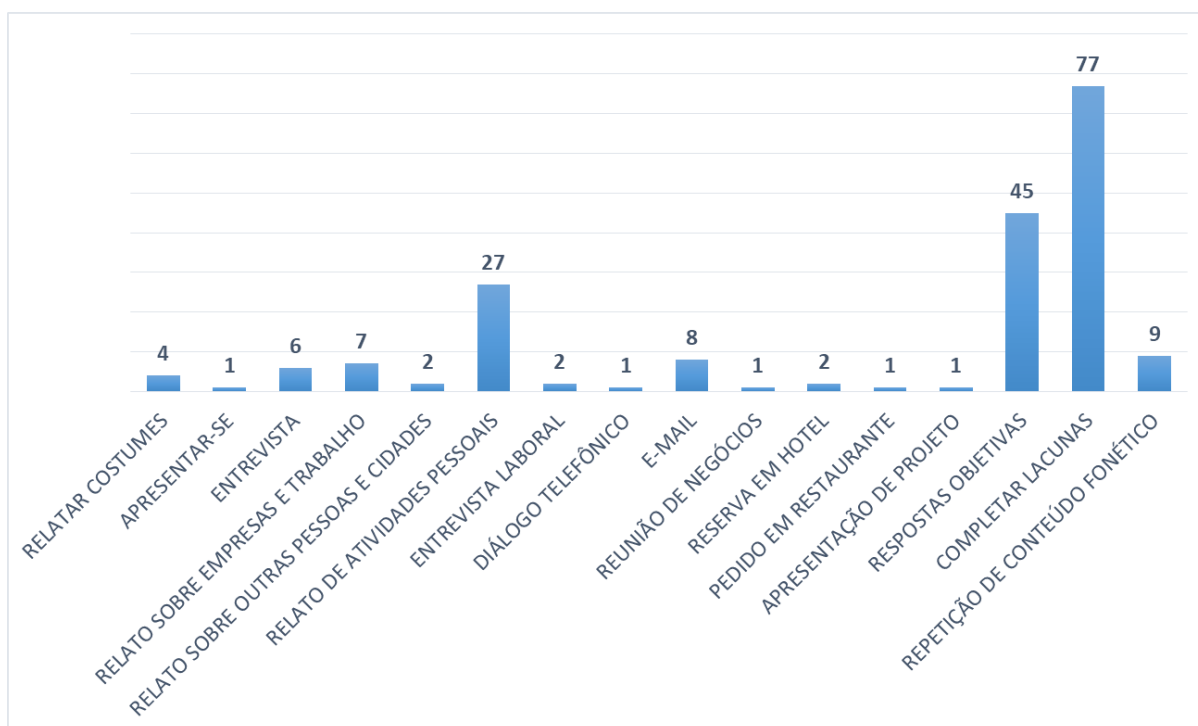
Como apontam vários estudos no campo de ensino de língua, os gêneros discursivos são um ponto importante a ser pensado, tanto na perspectiva do ensino de língua estrangeira como materna (VIAN, 2002; ROJO, 2000; CRISTÓVÃO, 2002). Neste caso, onde trabalhamos com ensino de português com fins de negócios, a preocupação do material didático deveria girar em torno de gêneros que se utilizam no ambiente empresarial, para assim elaborar um curso que trabalhe a partir de tais gêneros.

Por isso, vamos agora analisar que tipos de atividades e textos os alunos são convidados a conhecer neste material. Enfim, que gêneros e atividades se esperam no ambiente de negócios, segundo o material?

Para isso, elaboramos dois gráficos que se encontram a seguir. O primeiro deles mostra os tipos de atividades que os alunos devem realizar, bem como a quantidade de cada uma delas. O segundo se refere aos gêneros discursivos dos textos que ali circulam, além da quantidade de cada um deles. Para esses gráficos não fazemos distinção entre textos verbais e não verbais, e nem entre atividades orais e escritas. Como trabalharemos com a visão de negócios mostrada nesse

material, procuramos também fazer já uma seleção mostrando quando os textos e atividades se relacionam com o tema empresarial.

GRÁFICO 1 - Tipos e quantidade de atividades do material “Português básico para negócios”



Fonte: A autora, 2018.

Neste gráfico observamos que há situações onde o aluno é convidado a desenvolver uma atividade a partir de uma gênero discursivo, por exemplo relatar costumes, entrevista, e-mail. Mas também há algumas atividades (a maior parte) onde eles devem realizar a atividade sem considerar o gênero, como é o caso dos três últimos tópicos: respostas objetivas, completar lacunas e repetição de conteúdo fonético. Neles o objetivo é trabalhar alguma proposta de gramática normativa ou repetir palavras e frases sem nenhuma contextualização daquela situação.

Há ainda uma separação acerca dos temas que algumas entradas abordam, como por exemplo, relato sobre empresas e trabalho ou relato sobre outras pessoas ou cidades. Essa diferenciação foi feita no intuito de destacar aquelas atividades

onde o tema negócios seja abordado, já que nossa pesquisa se interessa por essa perspectiva.

A seguir, descrevemos cada categoria enumerada no gráfico acima, além de mostrar um exemplo delas retirado do material analisado:

- **Relatar costumes:** nessa categoria consideramos textos em que o aluno expressa como funciona algum costume de seu país. Elas servem como ponto de partida para falar sobre um costume brasileiro que será apresentado a seguir ou como comparação entre como se faz em seu país e no país da língua-alvo:

1. a | Como são os cumprimentos no seu país?

b | Existem diferenças regionais?

- **Apresentar o colega:** refere-se a uma atividade onde, com base em um diálogo fictício, os alunos devem seguir o modelo e apresentar o colega:

b | Com as informações obtidas, apresente-o para outra pessoa.

Ex: Oi Fernanda, este é meu amigo, o nome dele (a) é...

Não há uma reflexão sobre esse gênero, e muito menos uma contextualização, se seria uma situação formal/informal, qual seria o papel discursivo do locutor/interlocutor. Percebemos também a falta de uma reflexão sobre as informações que devem figurar em apresentações pessoais de diferentes ocasiões, já que, quando nos apresentamos em uma sala de aula como alunos, mencionamos diferentes informações do que aquelas que dizemos quando conhecemos alguém em um bar, por exemplo. Nessa atividade as informações que aparecem são: nome, apelido, nacionalidade, estado civil, profissão. Pensando na contextualização proposta pelo material de um aluno/trabalhador, poderíamos imaginar uma situação de trabalho, e informações como apelido e estado civil podem ser descartadas.

- **Entrevista:** nessa seção elencamos em atividades onde o aluno deve interagir com seu colega perguntando sobre temas determinados por cada atividade. Aqui também percebemos a falta de contextualização, sendo exercícios que servem para praticar/fixar determinado vocabulário.

b | Trabalhe em pares. Pergunte ao seu colega e anote as respostas.

A: Como se soletra seu sobrenome?

B: S-I-L-V-A. A: Qual é seu (número de) telefone?

B: Meu (número de) telefone é... | É...

A: Qual é o seu e-mail?

B: franciscosilva @ hotmail.com.br

- Relato sobre empresa e trabalho: aqui, os alunos são convidados a relatar, impulsionados por algum texto ou lista de vocábulos, sobre como é seu trabalho, e também como funciona a empresa a partir de determinados aspectos.

a | Leia as profissões abaixo e preste atenção na pronúncia das sílabas destacadas.

Gerente assistente médico Diretor gerente DE Vendas Engenheiro Administrador
Advogado garçom Jornalista

b | Por quais profissões sua empresa é formada?

c | Quais outras áreas te chamam a atenção?

Se pudesse mudar de emprego, o que você seria?

d | Qual é a profissão dos seus familiares?

- Relato sobre outras pessoas e cidade: os alunos são convocados a buscarem informações sobre personalidades ou cidades e relatarem por escrito ou oralmente. Nessas atividades o foco acaba sendo alguma estrutura gramatical ou vocabulário.

Agora é sua vez! Escreva sobre uma pessoa importante do seu país ou alguém de sua empresa e conte ao grupo. O professor e seus colegas irão realizar perguntas para saber mais sobre a pessoa que você escolheu.

Essa atividade figura ao final da unidade 1, onde se desenvolveram vários temas relacionados a informações pessoais.

- Relatos pessoais (atividades diárias, laborais e opinião): nesta parte localizamos as atividades onde os alunos relatam sobre as atividades que realizam em seu dia-a-dia, bem como opiniões relativas a vida diária ou sobre seu trabalho.

Escreva um pequeno texto contando um pouco sobre sua rotina. Utilize os verbos do quadro.

Acordar Tomar café da manhã escovar os dentes Ver TV Ler o jornal
Almoçar Trabalhar Sair para Trabalhar Ir à academia Ter aulas de português

- Entrevista laboral: encontramos aqui, algumas atividades que se relacionam ao gênero entrevista laboral, um gênero importante dentro do ambiente de trabalho. Há duas atividades que se referem a ele. Uma delas é muito artificial, onde se cria um diálogo fictício de uma entrevista e o aluno deve somente completar lacunas de vocabulário. A outra não menciona tratar-se de uma entrevista, mas apresenta essa atividade como “falando de experiências passadas”, deslocando o foco para outra característica que é praticar o pretérito perfeito, tema da unidade estudada.

FALANDO DE EXPERIÊNCIAS PASSADAS

1. a |Trabalhe em pares. Formule perguntas e converse com seu colega para saber sobre seus estudos e sobre sua experiência profissional e pessoal.

- A. Onde | nascer?
- B. Quando | nascer?
- C. Onde | estudar?
- D. O que | estudar?
- E. Quando | formar-se?
- F. Quando | fazer especialização?
- G. Quando | começar a trabalhar?
- H. O que | fazer emprego anterior?
- I. Em que empresas| trabalhar?

- Diálogo telefônico: depois de algumas atividades visando a familiarizar o aluno com o vocabulário de uma ligação telefônica, sempre vinculada ao ambiente de trabalho, os alunos são convidados a, com dois outros colegas, criar um diálogo telefônico seguindo instruções sobre o papel de cada um deles naquele contexto, e também a situação na qual se deve desenvolver a atividade.

Crie um diálogo telefônico seguindo a instruções abaixo:

Aluno A Seu Nome: Abravanel Souza Ligar para: Paulo Gomes, mas ele não pode te atender, pois está em reunião. Motivo da Ligação: Agendar o dia da visita à fábrica. Pedir para a secretária deixar-lhe este recado.

Aluno B Cargo: Você é a secretária da Azaléia. Você sempre atende o telefone cordialmente, dizendo o nome da empresa. Função: Seu chefe, Paulo Gomes, está em uma reunião. Ele pediu para você anotar o nome, sobrenome e telefone de todas as pessoas que ligassem para ele, que ele daria um retorno o mais rápido possível.

Aluno C Nome: Paulo Gomes Tarefa: Deve ligar para Abravanel Souza para agendar o dia da visita à fábrica. Você é quem retorna a ligação.

Um outro aspecto relevante dessa atividade é a atribuição das funções dentro do contexto dela, notamos que os dois executivos são homens, Abravanel e Paulo, e a secretária é uma mulher, da qual sequer temos a informação do nome. Depreendemos que essa atividade revela uma prática machista, já que não seria necessário para o cumprimento da atividade classificar o gênero dos envolvidos, mas, à medida que isso é feito, se mostra que a mulher ocupa cargos de menos prestígio, a secretaria, enquanto o homem é aquele que se encontra em uma posição de chefia.

- E-mail: o gênero que a maioria dos alunos utiliza mais quantitativamente em seu trabalho está retratado no material, mas algumas vezes de maneira superficial. Há uma parte do material destinado aos e-mails, onde se apresentam os vocábulos utilizados nesse gênero, e ainda quais são os mais formais e informais. Nessa mesma seção mostra-se ainda a imagem de um e-mail, retratando as peculiaridades desse gênero. Algumas vezes os alunos são convidados a escrever um e-mail nesse formato, e outras vezes essa mesma atividade se apresenta como a produção de um texto qualquer.

b| Produção Escrita: Escreva a introdução de um e-mail para seu chefe. Situação: Você precisa marcar uma reunião para finalizar alguns pontos que ficaram pendentes.

- Reunião de negócios: aqui, os alunos são convidados a assumir papéis e desenvolver estratégias de negociação, tão presentes em reuniões de trabalho.

d | Trabalhe em dupla. Você chegou à reunião conforme o combinado. Um aluno é o cliente, o outro, o fornecedor. A reunião deve ser conduzida considerando os seguintes pontos:

FORNECEDOR: - Faça uma pequena apresentação da sua empresa e diga a pauta da reunião.

- Informe as vantagens do cliente em adquirir esse produto e quais os benefícios que ele terá com o fechamento do negócio.

CLIENTE: Expresse sua necessidade e o porquê de ter aceitado conhecer esse produto.

- Peça mais benefícios ou descontos.

A reunião deve terminar com alguma decisão. Pode fechar o negócio, marcar outro encontro ou enviar mais informações por e-mail ou telefone.

- Reserva em hotel: como muitos envolvidos com cargos empresariais, é comum ter de realizar viagens, e portanto fazer a reserva de um hotel. Após alguns textos que abordam essa temática, são pedidas aos alunos duas atividades onde devem simular uma reserva:

ALUNO A Você é o recepcionista de um grande hotel. Você tem uma reserva feita por internet para duas pessoas, por 4 noites em um quarto standard. Você não tem outros quartos disponíveis pelos próximos 3 dias. Você pode propor uma troca de quartos após o terceiro dia e pode oferecer 10% de desconto na diária. O estacionamento do hotel está lotado.

ALUNO B Você está em viagem de férias. Você reservou pela internet um quarto de luxo, para duas pessoas, por cinco noites. Você precisa de um estacionamento, pois vai alugar um carro para fazer passeios pela cidade.

- Pedido em restaurante: após textos e atividades com o vocabulário de um restaurante, os alunos são convidados a elaborar diálogos de pedido em restaurante:

Como você faria os seguintes pedidos num restaurante brasileiro?

1. Um garfo
2. Trocar de mesa
3. O cardápio
4. Um copo d'água
5. A nota fiscal (notinha)
6. Um guardanapo

- Apresentação de projeto: após algumas atividades acerca de responsabilidade social das empresas, os alunos são convidados a elaborar um projeto de responsabilidade social que a empresa em que trabalham poderia realizar. Não há nenhuma reflexão sobre esse gênero, e nenhuma contextualização sobre a atividade.

l| Elabore uma apresentação para seus colegas e professora propondo um projeto de Responsabilidade Social para a sua empresa.

- Respostas “objetivas”: nessa categoria, a segunda maior, incluímos as atividades que funcionam como uma espécie de checagem para determinado texto ou vídeo. Podemos perceber que a maioria dos textos e vídeos são utilizados como algo de onde podemos retirar informações ou, como veremos no seguinte tópico, fonte de exercícios de gramática normativa.

h| VÍDEO1: “Presidente conta como é a sua rotina de trabalho na Tetra Pak”. Responda as questões oralmente:

O que o presidente da Tetra Pak faz para administrar seu tempo?

Onde surgiu a empresa Tetra Pak?

Qual é o ramo de atuação da Tetra Pak?

Qual é a maior preocupação da empresa?

Que tipo de serviço a empresa oferece?

- Completar lacunas: a maioria das atividades que os alunos deverão desenvolver são atividades de preenchimento de lacunas. Eles devem completá-las com alguma palavra, expressão, verbo, preposição... Esse tipo de atividade envolve uma língua artificial, pois faz com que não haja nenhum tipo de reflexão sobre o que se está lendo, o que importa é completar com o que é pedido.

a | Complete o texto “cafezinho” com os verbos no Presente do Indicativo.

CAFEZINHO - Às 2h da tarde, Marcos encontra sua amiga Júlia em frente ao banco. Júlia: - Oi Marcos! Tudo bem? Marcos: - Oi Júlia! Que saudade! Você _____ (estar) com pressa? Júlia: - Não, eu _____ (estar) esperando dar a hora de ir ao trabalho. Marcos: - Então vamos tomar um cafezinho ali na lanchonete. Júlia: - Boa ideia! Eu _____ (estar) morrendo de fome!

- Repetição de conteúdo fonético: Muitas vezes os alunos são convidados a ler textos, frases, músicas somente com o intuito de treinar algum aspecto fonético da língua. Novamente apaga-se qualquer reflexão ou sentidos que se possam construir a partir da leitura.

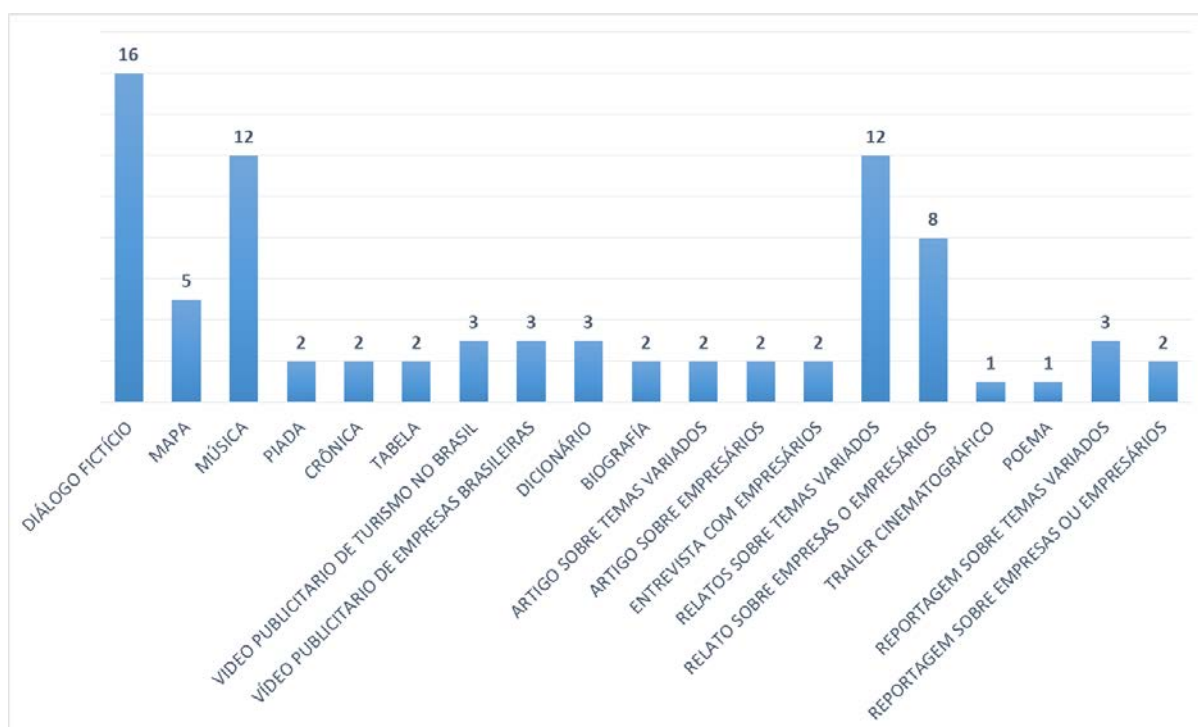
Leia em voz alta:

1. O Brasil é um país legal!
2. O Carnaval é o cartão-postal do Brasil.
3. Meu amigo Rafael comprou uma calça azul bem legal.
4. Silvana é gentil, amável, responsável e pontual.
5. Ronaldinho, jogador profissional, fez um gol sensacional.
6. Com este Sol, tudo está sendo difícil para os agricultores do Sul do Brasil.

Procuramos com esse gráfico elencar a quantidade e tipo de atividades com que os alunos se deparam nesse material, além de mostrar algumas fragilidades de tais atividades na descrição que realizamos de cada um dos pontos. Vimos que falta contextualização em muitas delas, e que não há uma discussão da importância daquela atividade, o que acaba tornando-as artificiais muitas vezes. Há, ainda, uma tendência forte a valorizar o uso da gramática normativa em atividades onde o que importa é usar o verbo ou outra categoria adequadamente, sem saber para que se faz, o contexto não importa. O mesmo acontece nas repetições que os alunos fazem de frases ou palavras, ou em atividades de checagem de vídeos, não importa o contexto ou por que aquela atividade é importante, e sim, repetir o som corretamente.

A seguir, trataremos dos gêneros discursivos dos textos presentes em nosso material. Como comentamos, nesse gráfico também há uma classificação de textos que tratam do tema negócios/empresários.

GRÁFICO 2: Gêneros discursivos dos textos do material “Português básico para negócios”



Fonte: A autora, 2018.

A tendência já apontada no gráfico 1 em quantidade de atividades sem contextualização e, portanto, artificiais, acaba se repetindo também nos gêneros discursivos dos textos, já que a categoria que possui mais textos quantitativamente é “diálogos fictícios”. Esses textos estão presentes no material com o intuito de exemplificar algum ponto trabalhado no material.

A seguir um exemplo desses diálogos retirado do módulo onde se trabalham cumprimentos e despedidas:

- A:** Bom dia! Como vai o (a) senhor (a)?
B: Vou bem. Obrigado (a)! ...
A: Tenha um bom dia!
B: Para o (a) senhor (a) também.

O texto é artificial, já que não mostra um contexto onde realmente se podem usar cumprimentos e despedidas, além de reproduzir uma situação pouco provável em que duas pessoas apenas se cumprimentam e se despedem.

Outra categoria que apresenta grande quantidade é “música”. Esse gênero é sempre trabalhado com o objetivo de estudar algum conteúdo fonético, e tais letras musicais não se relacionam com o tema do capítulo estudado. Algumas vezes vêm acompanhadas de uma breve exposição sobre o cantor/cantora e outras vezes não.

Com a mesma quantidade da categoria “música”, encontramos os relatos sobre “temas variados”. Esses textos geralmente tratam sobre aspectos culturais como, por exemplo, capoeira, salário mínimo no Brasil, etc. Eles abordam questões relacionadas a situações do cotidiano do Brasil.

A categoria que vem a seguir é relato sobre empresas e empresários. Há, nesse sentido uma preocupação em articular também o ensino da língua portuguesa com a finalidade do curso em questão: abordar o mundo dos negócios. Através deles se dão a conhecer alguns empresários e empresas, na maioria brasileiros, aos alunos. Ou seja, eles precisam também conhecer alguns lugares e trabalhadores que ocupam esses espaços, segundo esses textos.

Não falaremos sobre todos os tópicos apresentados no gráfico, pois o objetivo é mostrar a variedade dos gêneros e também a quantidade deles. Comentamos acima apenas aqueles que se apresentam em maior quantidade, e que, de alguma forma, nos revelam os textos com os quais o material acha necessário que os alunos tenham contato.

Como vemos, encontramos vários textos que trazem a temática empresa ou empresários. Essa era a perspectiva com a qual queríamos trabalhar mais detalhadamente, então nos chamou a atenção a repetição de alguns textos que falavam sobre a rotina de empresários e buscavam relacioná-los ao sucesso. Sendo assim, para realizar a análise deste trabalho que se desenvolverá a partir do próximo capítulo, selecionamos seis textos utilizando o critério de que falem sobre a rotina de empresários de sucesso. Esses textos se distribuem nas seguintes categorias do gráfico: dois relatos sobre empresários, uma entrevista a empresário e três reportagens sobre empresários. A seguir, falaremos mais sobre o percurso de nossa pesquisa.

2.3 Metodologia de pesquisa

Ao iniciarmos nosso projeto de pesquisa, interessava-nos o material didático que havia sido usado durante as aulas nas empresas chilenas. Pensávamos, assim, no interesse em refletir, desde um ponto de vista pedagógico, sobre quais as ideias relacionadas à metodologia do material, como se ensina a língua portuguesa a partir dele, tendo em conta se tratar de um curso de PLE para fins específicos. E, também, pensávamos em outra dimensão: quais são as ideias que nele circulam sobre o mundo dos negócios, modalidade para a qual se destina. Para suprir os interesses pedagógicos quanto ao ensino de línguas para fins específicos, produzimos os capítulos 1 e 2. Eles tratam, respectivamente, sobre a contextualização do ELFE e do português como língua estrangeira, e de uma descrição sobre o material com o qual trabalharemos. E, nos capítulos 3 e 4 desenvolvemos uma análise pensando nos sentidos de “português para negócios” encontrado no material.

Como já comentamos essa coletânea possui três versões: básico, intermediário e avançado. Porém, para essa pesquisa, abordaremos exclusivamente o material para o curso básico. Primeiramente, observamos o material e realizamos alguns levantamentos com relação aos textos e atividades aí presentes. No decorrer desse percurso, nos demos conta de alguns textos que traziam o personagem executivo/empresário bem-sucedido. E a partir daí começamos a tecer algumas análises sobre o mundo dos negócios retratado no material.

Começamos com dois textos presentes na primeira unidade do material:

- A rotina de Manuel Gonçalves e seus colegas de trabalho (Anexo C)
- A entrevista de Paulo Gomes, presidente da Tetra Pak (Anexo D)

Esses dois textos se localizam no quarto módulo da primeira unidade do material, que, como já comentamos, se propõe a estudar as ações rotineiras. Esses dois textos contam como os empresários Manuel e Paulo administram suas rotinas, que atividades fazem parte delas.

A partir desses dois textos, começamos a refletir melhor sobre a nossa proposta de análise. A nossa reflexão se iniciou com os gêneros discursivos, tema que é sempre pertinente no ensino de línguas para fins específicos, pois, nesses cursos é importante que os alunos conheçam também os gêneros que fazem parte da proposta do curso, neste caso, o mundo dos negócios.

Pensando os gêneros discursivos, a perspectiva das três cenas enunciativas (MAINGUENEAU, 2013) nos foram bastante importantes. O autor nos propõe pensarmos os gêneros a partir de três cenas: a genérica (gênero do discurso), englobante (tipo de discurso), e, por último, a cenografia (cena instituída pelo texto). Seguindo as definições dessas três cenas, vimos como elas podem se apresentar em nosso material. Para essa análise, consideramos duas perspectivas: uma didática, de ensino de uma língua estrangeira, e também uma perspectiva contextual, que reflete sobre as ideias relacionadas aos negócios. Veremos, que uma das perspectivas nos leva a pensar que esse material poderia funcionar também como uma manual para ser um empresário bem-sucedido. Então, resolvemos tecer uma análise mais detalhada de como seria uma executivo de sucesso para o material em questão.

A seguir, observamos em nosso material outros textos que tratavam sobre o empresário bem-sucedido, constatando dessa forma, que havia uma recorrência nesse tema. Assim, formulamos nossa pergunta de pesquisa: como se constrói a imagem do empresário/executivo bem-sucedido no material “português básico para negócios”?

Trataremos, portanto, no último capítulo da análise, dos dois textos que já foram abordados na unidade 3 (a rotina de Manuel e a entrevista a Paulo Gomes), e mais os seguintes textos que tratam sobre o empresário bem-sucedido:

- declaração de Sérgio Carvalho sobre os pontos positivos e negativos do seu trabalho (Anexo E);
- reportagem “Eles viajam sempre, mas nunca tiram férias” (Anexo F);
- texto “A história de O Boticário”, que conta como seu dono Miguel Krisgner começou a empresa (Anexo G);
- texto “Este homem não está rindo à toa”, que fala sobre o dono do grupo Cencosud, Hosrt Paulmann tem dirigido a empresa desde o início (Anexo H).

Para essa análise refletimos sobre as ideias de produção de subjetividade alinhada ao mundo do trabalho empresarial, altamente influenciado pelos ideais neoliberais (FOUCAULT, 2008), e por uma produção de subjetividade de um sujeito “empreendedor de si mesmo” (MORO; AMADOR, 2015), onde cada indivíduo é convidado a se responsabilizar pelo seu trabalho e sua vida pessoal de maneira a

tornar a vida produtiva. Também pensamos na perspectiva de territórios de uma “subjetividade lixo e luxo” (ROLNIK, 2007), que acreditamos pertinente em nosso material de pesquisa.

Assim sendo, selecionamos de nosso material todos os textos que trazem o personagem empresário/executivo, para a partir daí realizar nossas análises. Com os dois textos da análise inicial, e mais esses quatro textos, procedemos então à análise.

Para isso, procuramos encontrar dentro dos textos as marcas linguísticas que cada um deles trazia, para assim proceder à análise da produção de subjetividade no campo empresarial dentro do material didático escolhido.

O seguinte passo foi dar-nos conta, a partir da temática dos textos, de que poderíamos ainda agrupar esses seis textos em três categorias mais específicas:

- **A rotina dos trabalhadores corporativos:** texto sobre a rotina de Manuel Gonçalves e seus colegas de trabalho, e a entrevista a Paulo Gomes;
- **As tensões na vida desses trabalhadores:** texto de Sérgio Carvalho falando sobre os pontos positivos e negativos de seu trabalho, e reportagem “Eles viajam sempre, mas nunca tiram férias”, que fala sobre as dificuldades dos executivos em dar conta de todos os compromissos de trabalho e ainda conseguir ter uma vida saudável fora do ambiente de trabalho;
- **As empresas exitosas e seus donos:** texto “A história de O Boticário”, que fala de como surgiu a empresa e quais as estratégias usadas nesse momento pelo dono do grupo Miguel Kriskner. Texto “Este homem não está rindo à toa”, que fala sobre o grupo Cencosud, do início até os dias atuais, sendo considerado um dos grupos mais importantes atualmente.

Assim, trabalhamos com a produção de subjetividade a partir desses três pontos: como se constrói a imagem do empresário/executivo bem-sucedido com relação à rotina e tensões nos trabalhadores desse meio, e como se trabalha a relação da empresa com seu dono. Há, ainda uma quarta categoria de análise que retoma os seis textos no intuito de observar ainda outras possíveis relações entre eles e a produção de subjetividade. A partir das marcas linguísticas encontradas em cada grupo de textos, fomos tecendo nossas análises.

3 AS TRÊS CENAS ENUNCIATIVAS E DUAS PERSPECTIVAS DE ANÁLISE

Nossa pesquisa parte do interesse pelo material que foi anteriormente descrito. Vários aspectos ali presentes nos chamam a atenção, principalmente as ideias muito recorrentes em atividades e textos relativas ao ambiente de negócios e os personagens que circulam nesse meio.

Para essa primeira análise nos debruçamos sobre dois textos: a rotina de Manuel Gonçalves e seus colegas de trabalho e a entrevista de Paulo Nigro. Esses dois textos se localizam em uma parte do material que se chama rotina. Portanto, a ideia é que os alunos possam desenvolver a habilidade de falar também sobre sua rotina a partir deles. Porém, nos damos conta de algumas ideias que se repetem nesses textos, uma vez que se apresentam dois executivos bem-sucedidos falando sobre suas atividades rotineiras. Há sempre uma quantidade grande de atividades, e a solução é sempre organizar, construir uma relação com o tempo de maneira que seja possível cumprir todas as obrigações.

A partir daí, começamos a nos questionar sobre o gênero desse material. Pois temos por um lado um interesse didático, em que os alunos aprendam a falar sobre suas rotinas. Mas também há outro lado, pois é preciso considerar que esses alunos trabalham em um ambiente corporativo, e as ideias vinculadas a esse meio também merecem relevância. Nesse caso, pensamos como é mostrada a rotina de um executivo de sucesso. Portanto, poderia haver ainda um outro gênero discursivo além do didático, considerando que esses textos narram como é a rotina de um executivo bem-sucedido?

Encontramos em Maingueneau (2013) reflexões sobre os gêneros discursivos que nos ajudaram nessa reflexão. O autor defende que os gêneros podem ser pensados a partir de três cenas diferentes como veremos a seguir.

3.1 As três cenas enunciativas

Maingueneau (2013) nos traz as ideias relacionadas a três cenas enunciativas que podem ser depreendidas dos textos: cena englobante, cena genérica e

cenografia. Essas três cenas estão diretamente ligada à noção de gêneros discursivos, que Maingueneau define como “dispositivos de comunicação sócio historicamente definidos”.

O autor relata que é insuficiente situar alguns textos somente em uma única cena de enunciação:

Dizer que a cena de enunciação de um enunciado político é a cena englobante política, ou que a cena de um enunciado filosófico é a cena englobante filosófica etc. é insuficiente: um coenunciador não está tratando com o político ou com o filosófico em geral, mas sim com *gêneros do discurso* particulares. Cada gênero de discurso define seus próprios papéis: num panfleto de campanha eleitoral, trata-se de um candidato dirigindo-se a eleitores; numa aula, trata-se de professor dirigindo-se a alunos etc. (MAINGUENEAU, 2013, p. 97)

Dessa maneira, ele instituiu o que chama de quadro cênico, com as duas cenas (englobante e genérica) mais estáveis do enunciado. Portanto, teríamos a cena englobante que é aquela que se refere ao tipo de discurso, que é a cena na qual nos situamos para interpretá-lo, com que finalidade ele foi organizado. Por exemplo, quando recebemos um panfleto na rua, situamo-nos em uma cena de possível anúncio de produtos ou serviços. E, depois, a cena genérica é aquela que nos diz acerca do gênero do discurso, e se refere aos papéis existentes naquele gênero, por exemplo, num panfleto de campanha eleitoral, um candidato dirigindo-se a eleitores.

Há ainda uma outra cena, a cenografia, que é aquela com a qual se confronta o leitor. Já a respeito dela, diz-nos que é:

[...] ao mesmo tempo fonte do discurso e aquilo que ele engendra; ela legitima um enunciado que, por sua vez, deve legitimá-la estabelecendo que essa cenografia onde nasce a fala é precisamente a cenografia exigida para enunciar como convém.”(MAINGUENEAU, 2013, p.87-8).

Nesse sentido, a cenografia é um *enlaçamento paradoxal* (MAINGUENEAU, 2013), pois ela logo de início supõe uma situação de enunciação, que precisa convencer ao longo do texto de que aquela é a cena adequada para tal enunciação, levando progressivamente, o leitor a assumir o papel que lhe é esperado na cenografia imposta (MAINGUENEAU, 2013).

A cenografia também é referida como uma espécie de “cilada” para o leitor, pois quando ele recebe o texto, defronta-se com a cenografia inicialmente, mas à medida que avança na leitura, acaba se deparando com o quadro cênico, que o desloca para outra posição. É o que podemos observar em diversos panfletos publicitários que se utilizam muito desta estratégia. Por exemplo, podemos ter uma publicidade de um produto de beleza que é constituída por uma conversa entre duas amigas, onde uma conta à outra as maravilhas do produto que está utilizando. É nesse sentido que se fala de “cilada”: primeiro, o leitor se depara com a cenografia de conversa entre amigas, e logo depois se dá conta de que se trata de um anúncio publicitário.

Maingueneau (2015) retoma algumas considerações sobre as cenas enunciativas. Para isso, ele relembra a metáfora emprestada do mundo do teatro, onde alguns moralistas veem a sociedade como um imenso teatro, na qual os homens apenas desempenham papéis (MAINGUENEAU, 2015). Maingueneau reforça que é pelos gêneros discursivos instituídos que podemos assumir os papéis que nos são postos em determinadas situações. Como exemplo, cita-se o momento em que um policial pede para ver os documentos de um motorista, nessa ocasião o policial assume o papel de “um agente de força pública, e não enquanto pai de família com três filhos, homem moreno...” (MAINGUENEAU, 2015). Sendo assim, ele nos diz que estamos sempre assumindo “múltiplos papéis”, e nos encontramos imersos numa teatralidade da qual não podemos sair.

Com relação as três cenas enunciativas, encontramos mais aspectos nesse novo material do autor.

Para a cena englobante, Maingueneau nos fala que o locutor precisa também fazer transparecer as características esperadas para ele naquela enunciação, por exemplo, em um discurso científico é preciso transparecer o estatuto esperado para o “homem de ciência”, ele precisa ser imparcial, sereno, claro. (MAINGUENEAU, 2015). Ele também comenta sobre situações onde pode existir mais de uma cena englobante:

Um texto, a partir de sua origem, pode até participar de duas cenas englobantes ao mesmo tempo. Por exemplo, as entrevistas radiofônicas do escritor Paul Claudel a Jean Amrouche, difundidas pela France Culture em 1951-1921, eram simultaneamente resultado da cena englobante midiática e da cena englobante literária. Quando, em 1954, foram publicadas em livro, com o título de *Mémoires improvisés*, foram situadas na cena literária:

dissociadas da cena midiática, foram apresentadas como fazendo parte da obra de Claudel, aliás, creditado na capa como único autor. (MAINGUENEAU, 2015, p. 120)

Em casos como esse, é o pesquisador que deve decidir qual é a cena em que apostará de acordo com os objetivos de sua pesquisa.

Com relação à cena genérica, que é o gênero do discurso, Maingueneau (2015) define algumas características que se associam a ela:

- uma ou mais finalidades;
- papéis para os parceiros;
- um lugar apropriado para seu sucesso;
- um modo de inscrição na temporalidade;
- um suporte;
- uma composição;
- um uso específico de recursos linguísticos.

Rocha (2013) argumenta sobre as três cenas enunciativas de Maingueneau, pretendendo demonstrar que é possível identificar graus de cenografia sempre, mas variando seu grau de manifestação. Através de exemplos citados o autor faz uma importante consideração a respeito de como a cenografia pode se manifestar em um texto:

Retomando o objetivo deste artigo, buscarei sustentar que é principalmente neste segundo sentido que entendo que um plano cenográfico sempre estará presente, acompanhando o quadro cênico: em graus variados de manifestação, a cenografia compreende desde os mais ínfimos deslocamentos da relação instituída entre os coenunciadores (como ocorre no guia turístico) até as metamorfoses mais substanciais, quando o próprio quadro cênico não mais pode ser percebido de imediato (como era o caso do panfleto de campanha eleitoral). (ROCHA, 2013, p 143.)

A cenografia não seria um elemento acidental nem individual em relação ao gênero discursivo. Considerar isso seria estar preso a ideias binárias e desconsiderar os modos de produção de subjetividade.

Através da análise cronológica da receita médica, que é apresentada por Maingueneau (2013) como um gênero que se conforma a uma rotina, podemos observar que existem mudanças importantes dentro deste gênero considerado mais estável que um anúncio publicitário, por exemplo. É possível apreender traços de cenografias em processo.

No artigo de Rocha (2013), faz-se uma análise cronológica sobre as mudanças que o gênero receita médica sofreu. Podemos assim observar mudanças, deslocamentos dentro deste gênero considerado mais rígido. Também se menciona uma mudança observada neste gênero na atualidade, quando uma médica, atendendo em uma cidade com número elevado de analfabetos, passa a usar algumas imagens e cores para facilitar ao paciente a compreensão da receita. Observamos, assim, que a receita traz uma forma de expressar-se entre médico e farmacêutico e outra entre médico e paciente, novamente deslocamentos que contribuem para que a ideia de cenografia esteja presente neste gênero. Dessa maneira, Rocha nos leva a pensar o gênero discursivo como forma que vai sofrendo influências da cenografia.

3.2 As três cenas enunciativas no material didático analisado

Nesse primeiro momento, procuraremos observar as três cenas em nosso material considerando aquilo que é mais esperado em se tratando de um material didático para ensino de Português para negócios. E, em seguida, faremos uma análise das cenas desse material desde uma outra perspectiva, considerando os sentidos que são aí veiculados com a ideia de trabalho do empresário/executivo. Na medida que tratamos nesse curso de um aluno que é também trabalhador do mundo das empresas, temos duas dimensões de coenunciador: uma que traz ideias relativas à aprendizagem do português por hispanófonos (aluno), e também outro que veicula ideias acerca do ambiente de trabalho (trabalhador), caracterizado como negócios. Lembramos que as cenas não são fixas e dependendo do contexto, podem se encaixar em diferentes modalidades, assim como vimos na abordagem teórica no item anterior.

O primeiro texto sobre o qual falaremos aparece logo no início do primeiro módulo do material, correspondente ao anexo C. Temos um texto que é apresentado como uma atividade, introduzida por um comando: “Vamos conhecer a rotina de Manuel Gonçalves e seus colegas de trabalho”. O autor do texto é Thiago Nogueira e trabalha na parte administrativa do Instituto. Aqui, já podemos problematizar a concepção de texto que podemos extrair do material.

Não é um texto autêntico, mas produzido para que os alunos aprendam determinada estrutura gramatical e vocabulário. Logo constatamos que os alunos devem apreender do texto o conteúdo gramatical “Presente do Indicativo” e suas conjugações. Além da estrutura gramatical, é importante que os alunos aprendam vocabulário relacionado à rotina, como nos indica logo acima o título do módulo. Aqui o texto sequer ganha o status de texto, mas aparece como algo secundário que faz parte de um exercício. Ele é somente uma atividade, precisa de algum fim específico. No texto também é facilmente identificável que algumas letras estão em destaque no final de algumas palavras (trabalhA, morA) chamando a atenção para a estrutura gramatical a ser aprendida, que é o presente do indicativo. Aqui, sugerimos se tratar de um texto de gênero que é facilmente encontrado em muitos materiais didáticos, textos não autênticos, artificiais, que são usados para fins de gramática normativa e vocabulário. Identificamos, também, a presença de dois enunciadores: um que nos conta a rotina de Manuel, e outro que faz marcas no texto que nos chamam a atenção para os mencionados conteúdos gramaticais a serem praticados. Mais adiante especificaremos melhor como estes dois enunciadores colaboram com a análise que procuramos realizar.

Muito se tem criticado esse tipo de escola, uma vez que é de fundamental importância que o leitor acione seu conhecimento a respeito de gêneros discursivos, que se relacionam com o ambiente social, para que a leitura e compreensão de um texto sejam satisfatórias. Esse tipo de texto, geralmente, é utilizado como pretexto para estudar-se algum tema gramatical e/ou vocabulário, o que o acaba tornando artificial. Também é possível perceber que o enunciador assume o controle da leitura, ele guia a leitura, já que no início do texto temos o comando “vamos conhecer melhor a rotina de Manuel Gonçalves” e, no final, “agora conhecemos a rotina de Manuel Gonçalves”, características essas que poderiam nos remeter a um manual de instruções. Esta afirmação nos revela o objetivo da leitura, que é conhecer a rotina de Manuel Gonçalves. A leitura que o aluno deve realizar acaba sendo prejudicada e entendida somente como fonte de vocabulário e gramática.

Para exercitar os conteúdos acima mencionados, o enunciador do texto nos apresenta a rotina de Manuel Gonçalves - que provavelmente é um personagem fictício, já que o texto foi criado para fins específicos, além de não ser autêntico. O nome escolhido para o empresário procura criar a identificação com o português, já que tanto o nome Manuel quanto o sobrenome Gonçalves são comuns e facilmente

associados a portugueses, remetendo assim os alunos ao idioma que está sendo estudado.

Vejamos algumas características de Manuel Gonçalves:

- é um empresário bem-sucedido no Brasil - chama-nos a atenção o destaque que se dá a esta afirmação já que é a primeira do texto, aquele que convida o leitor a seguir a leitura – entende-se que não falamos de qualquer rotina, mas sim da rotina de um empresário bem-sucedido;
- possui esposa e filhos;
- vive em um lugar privilegiado: primeiro na cidade do Rio de Janeiro que é internacionalmente conhecida como uma das grandes cidades brasileiras. E próximo à orla de Ipanema, ou seja, um dos bairros mais prestigiados e caros da cidade;
- Manuel trabalha muito - tem um horário longo e durante o almoço também se conversa sobre o trabalho;
- faz viagens frequentes ao exterior - o que revela que a empresa é de grande porte;
- estuda idiomas;
- apesar da intensa rotina de trabalho, Manuel ainda encontra tempo para sua família depois do trabalho, nos fins de semana e feriados.

No texto de Manuel Gonçalves, temos um enunciador que fala do personagem, não é ele próprio que fala sobre sua rotina. Apresenta uma estrutura de várias frases curtas e com uma linguagem simples, e é possível perceber a principal preocupação é utilizar a estrutura gramatical e vocabulário que os alunos devem aprender. Na última frase vemos também entre parênteses “a gente conhece” e logo após o texto existe uma atividade com usos de “a gente” e “nós” no português, novamente o texto mostra-se como apenas um elemento para identificar usos gramaticais e lexicais.

Nesta mesma unidade seguindo com o tema rotina, temos outra atividade relacionada a um vídeo: “Presidente conta como é a sua rotina de trabalho na Tetra Pak”, é possível encontrar a transcrição da entrevista como anexo D deste trabalho. Desta vez, trata-se de um texto autêntico que pode ser reconhecido com características que circulam na sociedade, sendo então possível relacioná-lo ao gênero entrevista. Nesse vídeo, temos uma entrevista a um empresário bem-sucedido, já que é presidente de uma grande empresa e vice-presidente das

Américas. Nele, o empresário também conta como funciona sua rotina e como administra seu tempo - temas da unidade analisada.

IMAGEM 1 - Entrevista a Paulo Nigro para o programa Mundo da Publicidade.



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=yX_N5_nj7AI

A entrevista na qual nos detemos é a de Paulo Nigro, presidente da empresa Tetra Pak, publicada na internet no dia 18 de junho de 2012. Na descrição do vídeo encontramos: “Nesta edição do programa Mundo da Publicidade, Álvaro Leopoldo e Silva recebe nos estúdios da Jovem Pan Online Paulo Nigro, presidente da Tetra Pak.” Vamos nos ater à primeira parte do vídeo, onde o empresário Paulo Nigro conta detalhes de sua rotina. Observemos algumas características de Paulo Nigro:

- ele interage com mercados internacionais: Europa e América do Sul;
- começa as atividades cedo;
- divide o tempo laboral entre 50% viajando e 50% na base, utiliza o tempo de avião e aeroporto para trabalhar pela internet;
- em seu tempo livre, pratica esporte e atividade religiosa;

Nesse vídeo temos uma entrevista para o programa “mundo da publicidade” onde sempre se entrevistam executivos de altos cargos em nome das empresas em que trabalham, empresas conhecidas e prestigiadas. Nesse programa, os entrevistados falam sobre o sucesso das empresas e também falam sobre

características pessoais, aquelas que os fizeram ganhar posições de destaque dentro delas. As entrevistas podem ser acessadas online.

A escolha da entrevista já demonstra algumas características importantes a serem identificadas: é um programa voltado para a área empresarial que mostra exemplos de sucesso, tanto de seus executivos quanto de seus negócios, construindo, assim, uma identificação com os alunos que pertencem ao ramo empresarial e querem obter sucesso profissional. Caso o aluno não se encaixe nestes padrões e tenha outros interesses, o aprendizado da língua portuguesa pode ser prejudicado, pois o foco do material é exclusivo para estes temas.

Logo no início da entrevista temos outra informação: além de presidente, Paulo também é vice-presidente das Américas e América do Sul, o que demanda mais trabalho e tempo, e, portanto mais flexibilidade de Paulo para conseguir dar conta dessa rotina. Essa suposição logo é confirmada pelo entrevistado que, perguntado sobre como administra seu tempo, diz em um tom de simpatia e brincadeira: *“Faz uma pergunta mais fácil”*. Em seguida relata as dificuldades, já que precisa adequar-se a outros fusos horários, e recebe quantidades significativas de e-mail. Mas Paulo diz que aprendeu a lidar com estes desafios planejando e começando cedo as atividades de trabalho. Além disso, também possui tempo para o esporte e para prática cristã. Mais uma vez parece que a única dificuldade é o tempo, ou seja, Paulo trabalha muito, se esforça muito e por isso está em uma posição de destaque.

É possível observar algumas características muito parecidas no texto dos dois empresários, como a dura rotina de muitas horas de trabalho, a importância das atividades de lazer. Para Paulo, exercícios e prática religiosa, e para Manuel, família e viagens. Pensamos que, é importante fazer algumas considerações com relação à escolha e consequências que esses textos podem produzir, que vão muito além dos modelos de atividades e temáticas propostas.

Pensamos primeiramente na dimensão enquanto material didático, que tem como coenunciador o aluno de português como língua estrangeira.

Podemos considerar como cena englobante, que se refere ao tipo de discurso, o discurso didático, que pretende situar o aprendiz naquilo que ele precisa aprender naquele dado momento, exercício ou texto. Olhando para o texto de Manuel Gonçalves podemos demonstrá-lo pelas marcas presentes no texto, destacando os verbos conjugados no presente, que é o tempo verbal tratado na

unidade. Nesse caso o enunciador então chama a atenção dos alunos para o aspecto da língua portuguesa que acha relevante para o aprendiz.

Nesse texto encontramos também frases que abrem e encerram o texto, antes da leitura “*Vamos conhecer a rotina de Manuel Gonçalves e seus colegas de trabalho*”, e no final, “*agora conhecemos (a gente conhece) melhor Manuel Gonçalves*”. Aqui também, em um tom didático, o enunciador guia a leitura dos alunos, indicando, assim, o que deve ser entendido daquele texto: a rotina de Manuel Gonçalves. O enunciador aqui procura fazer transparecer que é um conhecedor da língua portuguesa, e o faz procurando mostrar quais são as regras gramaticais, verbos, vocábulos, etc. Assim, vai também ganhando a credibilidade do leitor, que precisa saber que ele tem as características necessárias para aquilo a que se propõe.

Já no texto de Paulo Gomes o discurso didático aparece quando nos é anunciado que se trata de um vídeo, e um título para ele “*presidente conta como é sua rotina de trabalho na Tetra Pak*”, que acaba sendo didático, pois explica o que poderemos ver naquele vídeo. Além disso, os alunos precisarão prestar atenção para responder a uma lista de perguntas para checar as informações que aí serão citadas, “*responda as questões oralmente*”. Aqui, o interlocutor é interpelado como aprendiz, alguém que quer aprender algo e precisa ser guiado nessa aprendizagem.

Depois, pensamos na cena genérica que se refere ao gênero do discurso, que pode ser pensado como material didático de português para hispanófonos no ambiente corporativo. Esse gênero pode ser validado por vários elementos que aí se encontram. Temos os textos que trazem conteúdos de português relacionados ao ambiente de negócios, com personagens que se encontram nesse meio. No caso desses dois textos, é possível perceber que se espera que os alunos sejam capazes de aprender a falar também sobre sua rotina, a partir do vocabulário que é por eles trabalhado. Essa característica é reforçada pelas marcas nos verbos feitas no texto de Manuel e também nas perguntas de checagem feitas na entrevista a Paulo Nigro. Esse material didático tem a finalidade de ensinar português alinhado ao tema de negócios, e atribui papéis aos alunos, já que, através do discurso didático, vai guiando o aluno para aqueles elementos que considera mais relevantes com relação à língua. Um outro papel importante na sala de aula é a figura do professor, que nesse material acaba sendo problemática a nosso ver. Algumas vezes, ele se aproxima de um material praticamente que poderia servir para um curso a distância,

pois a figura do professor aparece muito pouco, e na maioria das vezes como um interlocutor que deve ouvir alguma resposta solicitada pelo material, como acreditamos ser o caso nos exercícios com a entrevista de Paulo, onde os alunos precisam responder oralmente às questões solicitadas. Dessa vez, o interlocutor é interpelado como aprendiz de uma língua estrangeira, português, nesse caso, dentro do ambiente corporativo, que aparece representado no material tanto quanto o ensino do português.

E por fim temos a cenografia, que é aquela com a qual se confronta o leitor. Nesse caso poderíamos dizer que se trata de relatos de homens de sucesso. Pois é essa a cenografia escolhida pelo autor para desenvolver essa aula de português. Tratando-se de uma aula no ambiente corporativo, o locutor aposta, para trabalhar o conteúdo proposto para aquela aula que são o presente do indicativo e a rotina, em textos que mostrem homens que conseguiram sucesso no ambiente empresarial. Assim nos é lembrado nos dois textos *“Manuel é um empresário bem-sucedido”*, e Paulo é presidente da empresa Tetra Pak e vice presidente das Américas. Dessa vez, o interlocutor é interpelado como alguém que se interessa por saber como é a rotina de um empresário de sucesso, quais são as suas atividades e também as estratégias para lidar com o trabalho que se mostra bastante desafiante.

A seguir, apresentaremos uma nova proposta para as três cenas enunciativas. Pois assim como já comentamos no início desse capítulo, acreditamos que além do gênero discursivo citado anteriormente, que é um material didático, também pensamos que esse material pode querer ensinar algo mais: como ser um empresário bem-sucedido. Pois nesses textos, encontramos justamente rotinas de empresários que já alcançaram o sucesso, que comentam sobre a rotina que lhes é devida. Rocha (2013) nos convida a pensar os gêneros não como fixos, rígidos, mas por mais estáveis que possam parecer como a receita médica, pode apresentar graus de variação. Como nessa pesquisa nos propomos a refletir sobre os sentidos criados para o trabalho/trabalhador do ambiente corporativos, acreditamos que essa nova proposta pode apresentar pistas interessantes.

Primeiramente pensaremos sobre a cena englobante, aquela que se refere ao tipo de discurso. Acreditamos se tratar aqui de um tipo de discurso prescritivo, que dita quais características e hábitos de vida devem ser adotados para se chegar ao sucesso. O que inclui trabalhar muito, com horários extensos, e usar de seu tempo livre para o trabalho, como é possível identificar na fala de Paulo e no relato sobre

Manuel. Nos dois textos, e mais especificamente quando depreendemos de cada texto as principais características de Manuel e Paulo, verificamos que há uma série de características e hábitos necessários para que se considere que aquele indivíduo alcançou o sucesso. Mas em nenhum momento se produz algum tipo de reflexão sobre o que seria sucesso, ou em como a rotina pode ser diferente, mostrando dessa maneira, o tom prescritivo. Assim, prescreve-se como ser e o que fazer para se tornar também alguém bem-sucedido. No texto de Manuel logo vemos a prescrição em usar o verbo ser para dizer que ele é um homem bem-sucedido, um verbo que indica uma característica permanente. A imagem ao lado do texto também contribui com essas ideias, ao mostrar uma mesa farta, com possivelmente Manuel e a família, todos felizes. O enunciador busca conquistar a confiança do leitor, de que ele é o mais indicado para prescrever um modelo de sucesso, através dos personagens que escolhe para relatar, homens que já conquistaram o sucesso no trabalho, e portanto já possuem credibilidade para falar sobre o tema.

Logo, temos então a cena genérica, que acreditamos ser a de um manual, guia para alcançar o sucesso profissional. Ele vai além de atitudes dentro do ambiente de trabalho, mas chega a mostrar como deve ser a vida em diversas esferas, como relação com amigos, família, hábitos cotidianos, etc. Produz-se assim, um modo de ser do homem de sucesso, criando subjetividade.

Quando consideramos a proposta de guia para o sucesso e discurso prescritivo, observamos também um deslocamento de coenunciador e espaço: os alunos se transformam em executivos que aspiram ao sucesso, desejam alcançar posições importantes dentro da empresa. E o espaço também ganha novo papel e passa de sala de aula a empresa, que é o espaço físico onde os alunos tinham as aulas.

Observando alguns materiais voltados para o tema negócios, é possível observar que muitos deles desenvolvem a ideia de guias, manuais, para melhorar a performance em assuntos relacionados a negócios como melhores estratégias de convencimento, como organizar melhor o tempo, etc. Esses discursos geralmente apresentam ideias, conselhos e geralmente vêm acompanhados de exemplos reais, personagens que seguiram os conselhos prescritos pelo manual e alcançaram o êxito. Nos dois textos, temos uma sequência que nos conta como é a rotina destes dois homens de sucesso. E na entrevista, também, sobre a dificuldade de lidar com

questões relacionadas ao tempo, que se mostra como um grande problema dentro da profissão de executivo.

Quando observamos os textos presentes no material analisado, notamos muitas características que nos atualizam esse tipo de texto. Logo na primeira frase do primeiro texto temos uma pista: Manuel Gonçalves é um empresário bem-sucedido no Rio de Janeiro é uma informação importante, pois se trata aqui não de qualquer empresário, mas de alguém bem-sucedido, que já conquistou o sucesso. O mesmo encontramos na entrevista. Antes de qualquer informação relacionada ao texto sabemos que se trata do presidente de uma companhia importante, o personagem ocupa o posto de maior destaque dentro de uma empresa. Na atividade sequer encontramos qualquer referência ao nome do entrevistado, ele sempre é referido como “presidente”:

h) VÍDEO 1: “Presidente conta como é a sua rotina de trabalho na Tetra Pak”. Responda as questões oralmente:

O que o presidente da Tetra Pak faz para administrar seu tempo?

Onde surgiu a empresa Tetra Pak?

Qual é o ramo de atuação da Tetra Pak?

Qual é a maior preocupação da empresa?

Que tipo de serviço a empresa oferece?

Pensando no público que tem aulas utilizando-se deste material, é possível considerar que possuem características em comum já que são executivos que trabalham em diferentes empresas. É muito provável que todos eles devam almejar uma carreira de sucesso, serem grandes empresários ou executivos com cargos importantes. É aqui que os dois personagens dos textos vêm criar nos alunos um efeito interessante. Analisando a rotina, as características de dois personagens de sucesso, os personagens acabam tornando-se exemplos a seguir. No primeiro texto, a primeira frase que encontramos diz que o texto tratará de um empresário bem-sucedido, usar expressões como empresário bem-sucedido cria uma expectativa nos alunos de conhecer mais sobre este personagem tão importante. O mesmo acontece com o vídeo, Paulo Nigro fala sobre sua rotina. Novamente não qualquer pessoa, mas ele que é mencionado no enunciado da atividade não pelo seu nome, mas como “presidente da Tetra Pak”. Aqui outras duas características ressaltadas: a função de destaque que ocupa e o nome da empresa reconhecida como bem-

sucedida. Além disso, o entrevistador também o anuncia como vice- presidente das Américas.

Os textos escolhidos passam assim a ser muito mais do que somente atividades para prática do idioma: acabam produzindo nos alunos um modelo de sucesso, colocando exemplos a serem seguidos para obter-se sucesso no meio empresarial.

Parece-nos que a utilização destes textos dentro do material procura fazer com que os alunos se identifiquem com seus personagens e possam também espelhar-se em seus exemplos de sucesso para orientar suas vidas, visto que é a partir destes textos que devem falar sobre suas rotinas. Não cabe aqui falar sobre diferentes rotinas ou modos de vida, o material já fez a escolha de quem verdadeiramente pode ser considerado como quem conquistou o sucesso, e nos reforça este personagem durante a leitura. Também é possível identificar o ideal capitalista de esforçar-se, dedicar muito tempo para conseguir uma posição de destaque na sociedade. Não se questiona sobre diferentes oportunidades, situações sociais ou até ambições pessoais. Assim o aluno ocupa uma difícil posição, já que, se não se adequar a este determinado modelo, não será bem aceito pelo sistema, o que é reforçado no material, e também enfrentará dificuldades em aprender o idioma, pois se sentirá desmotivado, já que este trata de temáticas bem específicas.

Para finalizar as cenas enunciativas, trataremos agora da cenografia. Procuramos argumentar no sentido de que o material didático acaba funcionando como cenografia, já que os conteúdos recorrentemente reforçados são aqueles que apresentam hábitos, características, ações que levam ao sucesso no trabalho e mostram um estilo de vida compatível com o homem bem-sucedido.

Considerando o material em questão, encontramos vários dispositivos que nos levam a reconhecê-lo como material didático para um curso de português para negócios. Quando observamos os textos selecionados para fazer parte do material, encontramos um enunciador que marca os textos, chamando a atenção para determinados aspectos gramaticais e de uso da língua, tudo se configurando e construindo um gênero material didático de português. Mas, de acordo com nossa perspectiva, podemos considerar que esses dispositivos nos levam à “cilada”, proposta por Maingueneau: enquanto eles buscam legitimar se tratar de um material didático, percebemos também outro gênero interferindo, um guia para o sucesso profissional, que mostra exemplos a serem admirados e seguidos dentro do

ambiente corporativo. O material didático corresponderia, portanto, à cenografia. O material português básico para negócios é o primeiro plano com o qual se confronta o leitor, mas logo podemos perceber outras características que se repetem nos textos que mostram outro gênero, o guia para o sucesso.

Como vimos, apresentamos duas propostas para o material em questão: um, que seria mais evidente e corresponderia ao material didático de português para negócios no ambiente corporativo, e outro, que nos parece muito recorrente nos textos desse material relativos a ideia de trabalho e sucesso. Essas duas cenas, correspondem também aos coenunciadores que são alunos/empregados: no primeiro momento eles seriam implicados como alunos, e já no segundo momento seriam empregados do ambiente corporativos expostos a ideias repetitivas correspondentes a um sucesso. Tanto a aula quanto o manual para o sucesso acontecem simultaneamente nesse material, algumas vezes podemos ver mais evidentemente o traço de um ou outro desses gêneros, mas os dois estão presentes.

4 O EMPRESÁRIO NEOLIBERAL DE SUCESSO: PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADE

Como observamos no capítulo anterior, apontamos a possibilidade de o material didático analisado pertencer também a uma cena genérica de guia para o sucesso no ambiente corporativo. A seguir, pensaremos mais sobre esse modelo a ser seguido. Para isso, teremos presentes ideias referentes ao neoliberalismo, que vem influenciando muitas práticas de trabalho nos dias atuais, principalmente no ramo empresarial, como é o caso desta pesquisa. E também pensaremos a produção de subjetividade para analisar o modelo que se apresenta nos textos estudados.

4.1 O que é subjetividade

Através da leitura do texto “produzir subjetividades: o que significa?” (MIRANDA; SOARES, 2009), encontramos ideias relacionadas ao que podemos chamar de subjetividade, como ela se forma. Os autores fazem um estudo bibliográfico, apontando ideias relevantes acerca da subjetividade. Vejamos algumas delas.

Estudos contemporâneos acerca da subjetividade afastam-se do pensamento cartesiano que considerava o “eu” um sujeito racional, autônomo e individualizado, um sujeito a um só tempo pensante e autobiografável, que conhece o mundo, e um objeto dado a priori que espera ser desvelado em sua intimidade pelo primeiro (MANGUEIRA, 2001 apud MIRANDA; SOARES, 2009). Um ser descolado de sua realidade política, cultural, produtiva.

Durante algum tempo as reflexões sobre a subjetividade eram do domínio da filosofia. Com a filosofia de Platão os estudos apontam no sentido da representação, entre um “mundo de fora” e um “mundo de dentro”, o mundo sensível e o mundo inteligível (MIRANDA; SOARES, 2009). Assim, a subjetividade se identificaria com a consciência e suas derivações - um “eu” racional, autônomo e individualizado, descolado das experiências sociais.

Novas ideias que buscam analisar o “eu” a partir da ótica da subjetividade começam a aparecer a partir do século XIX, quando a Psicologia passa também a reivindicar a subjetividade para si, a partir da necessidade de um novo saber preocupado com a higiene das massas e dos indivíduos comuns. Surgem do encontro com a Psicologia conceitos importantes como a noção de rizoma de Deleuze e Guattari, para dar conta do modo como se dá a produção de subjetividade, “o rizoma se refere a um mapa que deve ser produzido, construído, sempre desmontável, conectável, reversível, modificável, com múltiplas entradas e saídas, com suas linhas de fuga”. [...] unicamente definido por uma circulação de estados [...] todo tipo de "devires". (DELEUZE; GUATTARI, 1995, apud MIRANDA; SOARES, 2009). Nada é estável, definido, como era na perspectiva cartesiana, tudo se transforma o tempo todo de acordo com os acontecimentos cotidianos, experiências, encontros.

Hume também corrobora essa perspectiva, rejeitando a ideia de uma subjetividade substancializada e imanente, e como resposta ao que nos faz seguir certos padrões estabelecidos, o autor argumenta que “é na repetição da experiência, ou seja, no hábito de adquirir hábitos, que forjamos isso que chamamos de espírito, alma, consciência, subjetividade. (DELEUZE, 2001 apud MIRANDA; SOARES, 2009). São as nossas experiências cotidianas que forjam a subjetividade, então somente pode-se falar “de subjetividades práticas e sujeitos que se constituem na experiência social, em seus trajetos singulares na sua família, na escola, na rua, no seu corpo, na cesmema, no escritório”. Agora não se pensa mais no sujeito que é, mas no sujeito que faz.

Autores como Hume e Guattari pensam em um sujeito prático, e em uma subjetividade também prática, e recusam a representação de um sujeito autônomo. Consideram “uma floresta de objetos e signos concatenados para formar um gosto, um jeito de vestir, um modo de viver”. Mas, então, o que produz subjetividade? Segundo Miranda e Soares (2009), “é possível talvez considerar que todos os sujeitos e coletivos humanos, institucionalizados ou não, com maior ou menor grau de instrução e de conhecimento tecnológico, são produtores de subjetividade.”

Ainda pensando em quem ou o que produz subjetividade, cita-se Guattari e Rolnik:

A subjetividade é produzida por agenciamentos de enunciação. Os processos de subjetivação, de semiotização - ou seja, toda a produção de sentido, de eficiência semiótica - não são centrados em agentes individuais

(no funcionamento de instâncias intrapsíquicas, egóicas, microssociais), nem em agentes grupais. Esses processos são duplamente descentrados. Implicam o funcionamento de máquinas de expressão que podem ser tanto de natureza extra-pessoal, extra-individual (sistemas maquínicos, econômicos, sociais, tecnológicos, icônicos, ecológicos, etológicos, de mídia, enfim sistemas que são mais imediatamente antropológicos), quanto de natureza infra-humana, infrapsíquica, infrapessoal (sistemas de percepção, de sensibilidade, de afeto, de representação, de imagens, de valor, modos de memorização e produção de idéia, sistemas de inibição e de automatismos, sistemas corporais, orgânicos, biológicos, fisiológicos, etc.). (GUATTARI; ROLNIK, 1999, apud MIRANDA; SOARES, 2009 p. 416-417)

No fragmento acima, vemos dois importantes conceitos acerca de produção de subjetividade: máquina e agenciamento. Introduce-se o conceito de máquinas, que são “acoplamentos heterogêneos que agenciam”, e se privilegia novamente não o que o sujeito é, mas aquilo que ele faz. Com esse conceito, rejeita-se o sujeito puro, e pensa-se em um mundo de “quase-sujeitos” e “quase-máquinas”. É nesse *entre* que as coisas se agenciam. É importante considerar que máquina não está ligada necessariamente a objetos mecânicos ou tecnológicos, podem ser também “corpos sociais, complexos industriais, formações psicológicas ou culturais, bem como complexos de desejos agenciando indivíduos, materiais, instrumentos, regras e convenções que, em conjunto, constituem-se máquina” (MIRANDA; SOARES, 2009).

Outro conceito importante de Deleuze e Guattari é o de agenciamento, que diz respeito “ao acoplamento de um conjunto de relações materiais a um regime de signos correspondente”. Esse agenciamento é formado por expressão, que seriam os agenciamentos coletivos de enunciação, e pelo conteúdo, que é o agenciamento maquínico. Como exemplos de agenciamentos coletivos de enunciação, citam-se os agenciamentos judicial, familiar, escolar, midiático.

Pensando as características de subjetivação contemporâneas, cita-se a cultura capitalista como aquela que exerce forte influência:

O CMI (capitalismo mundial integrado) afirma-se, em modalidades que variam de acordo com o país ou com a camada social, através de uma dupla opressão. Primeiro, pela repressão direta no plano econômico e social- o controle da produção de bens e das relações sociais através de meios de coerção material externa e sugestão de conteúdos de significação. A segunda opressão, de igual ou maior intensidade que a primeira, consiste em o CMI instalar-se na própria produção de subjetividade: uma imensa máquina produtiva de uma subjetividade industrializada e nivelada em escala mundial tornou-se dado de base na formação da força coletiva de

trabalho e da força de controle social coletivo. (MIRANDA; SOARES, 2009, p. 419)

É o segundo tipo de opressão, a que se instala na produção de subjetividade, que buscaremos tratar em nosso trabalho. Qual é a subjetividade que se produz a partir de nosso cópuz?

Os autores também comentam como essa produção de subjetividade industrializada nos faz assistir à massificação dos modos de vestir, de se alimentar, de sentir, de amar, de consumir:

A ordem capitalística produz os modos das relações humanas até em suas representações inconscientes: os modos como se trabalha, como se é ensinado, como se ama, como se trepa, como se fala, etc. Ela fabrica a relação com a produção, com a natureza, com os fatos, com o movimento, com o corpo, com a alimentação, com o presente, com o passado e com o futuro- em suma, ela fabrica a relação do homem com o mundo e consigo mesmo. (GUATTARI; ROLNIK, 1999, apud MIRANDA; SOARES, 2009 p. 420)

Nessa seção, discutimos o que podemos entender como subjetividade, as perspectivas atuais rejeitam a noção do indivíduo que é representável, para considerar aquele que faz. Além disso, vimos como o sistema capitalista tem influenciado na produção de subjetividade.

4.2 Neoliberalismo: implicações nas formas de trabalhar e viver

Os textos analisados tratam do mundo das empresas, que é influenciado pelos modelos do sistema neoliberal. A seguir, faremos breves considerações acerca desse sistema: como surgiu e quais são suas principais ideias.

As primeiras ideias relacionadas ao neoliberalismo surgiram no cenário pós-guerra em 1973, quando o mundo capitalista passou por uma grande crise, e se começou a buscar os culpados pelo mau momento financeiro. Surgiram as primeiras ideias de crítica ao assistencialismo e aos movimentos por parte dos trabalhadores.

As raízes da crise, afirmavam Hayek e seus companheiros, estavam localizadas no poder excessivo e nefasto dos sindicatos e, de maneira mais geral, do movimento operário, que havia corroído as bases de acumulação

capitalista com suas pressões reivindicativas sobre os salários e com sua pressão parasitária para que o Estado aumentasse cada vez mais os gastos sociais. (ANDERSON, 1995. p. 10).

Ataca-se assim o Estado do bem-estar, assistencialista, como grande culpado pela crise. Passa-se a defender a estabilidade monetária dos países como o ponto mais importante. Para isso seria necessária uma disciplina orçamentária, com a contenção dos gastos com bem-estar e a restauração da taxa "natural" de desemprego, ou seja, a criação de um exército de reserva de trabalho para quebrar os sindicatos. Ademais, reformas fiscais eram imprescindíveis, para incentivar os agentes econômicos. Surgiria, assim, uma desigualdade social. O crescimento retornaria quando a estabilidade monetária e os incentivos essenciais houvessem sido restituídos (ANDERSON, 1995).

O neoliberalismo ancora-se na ideia de flexibilidade:

Nesse sentido, a palavra de ordem passa a ser flexibilidade – seja dos modos de produção, das relações de trabalho, dos produtos ou mesmo dos próprios padrões de consumo –, aliada ao imperativo da inovação comercial, tecnológica, organizacional e – sobretudo – subjetiva. (MORO; AMADOR, 2015 p.204).

Em seu artigo “Foucault: biopolítica e governamentalidade neoliberal”, Silvana Tótoro faz um estudo sobre as ideias de biopolítica, liberalismo e neoliberalismo, ancorando-se nas obras de Michel Foucault. A seguir, veremos algumas ideias expostas pela autora acerca do neoliberalismo.

A autora afirma que, diferentemente do liberalismo do século XVIII, “o problema do neoliberalismo é (...) saber como se pode regular o exercício global do poder político com base nos princípios de uma economia de mercado” (FOUCAULT, 2008, apud TÓTORA, 2011). O mercado econômico necessita de uma política ativa e vigilante. Nesse cenário, entra em ação a construção de um “homo economicus” que é o “homem da empresa e da produção” (FOUCAULT, 2008, apud TÓTORA, 2011):

Vale dizer que o que se procura obter não é uma sociedade submetida ao efeito-mercadoria, é uma sociedade submetida à dinâmica concorrencial. Não uma sociedade de supermercado - uma sociedade empresarial. O homo economicus que se quer reconstruir não é o homem da troca, não é o homem consumidor, é o homem da empresa e da produção. (FOUCAULT, 2008. p. 201)

E é essa multiplicação da empresa no interior do corpo social, segundo Foucault, que caracteriza a política neoliberal:

Porque o que é a propriedade privada, senão uma empresa? O que é uma casa individual, senão uma empresa? O que é a gestão dessas pequenas comunidades de vizinhança*, senão outras formas de empresa? Em outras palavras, trata-se de generalizar, difundindo-as e multiplicando-as na medida do possível, as formas "empresa" que não devem, justamente, ser concentradas na forma nem das grandes empresas de escala nacional ou internacional, nem tampouco das grandes empresas do tipo do Estado. Essa multiplicação da forma empresa no interior do corpo social que constitui, a meu ver, o escopo da política neoliberal. Trata-se de fazer do mercado, da concorrência e, por conseguinte, da empresa o que poderíamos chamar de poder enformador da sociedade. (FOUCAULT, 2008, p.203)

A noção de empresa acaba se espalhando pela vida dos indivíduos “nas relações com sua propriedade privada, sua família, seu casamento e seus seguros de saúde e aposentadoria – é uma espécie de empresa permanente e múltipla” (TÓTORA, 2011). Tudo busca justificção nos modelos econômicos:

Gaulejac (2007) considera haver no mundo contemporâneo uma ideologia acerca da gestão que, em última análise, toma a vida humana como objeto a ser gerido para fins de rentabilização. Tal ideologia, também denominada de poder gerencialista, tem como principais características o primado dos objetivos financeiros, a produção da adesão e a mobilização psíquica, sendo estimulada a implicação subjetiva e afetiva das pessoas. Para esse autor, o que está colocado para cada um é a necessidade de ser um gestor de si mesmo, tomando a vida como uma empresa a ser gerida, fixada em objetivos, tendo seus desempenhos constantemente avaliados e seu tempo rentabilizado. Para tornar-se útil e empregável em uma sociedade igualmente gestonária, é necessário, enfim, tornar a vida produtiva. (MORO; AMADOR, 2015, p. 204).

O trabalhador passa a ser empresário de si mesmo, e ele mesmo é o responsável por desenvolver suas competências para o mercado de trabalho. Daí surge uma série de políticas nesse sentido, relacionadas com investimentos educacionais, que buscam preparar as pessoas para o mercado de trabalho:

Esses investimentos, como dito, não provêm somente da escolarização ou aprendizado profissional, mas abrange todo o ambiente familiar de formação desde a infância. Os pais devem investir nos filhos para a produção do capital humano, tais como, produzir estímulos a uma determinada forma de vida, criar um ambiente psicológico favorável, cuidados médicos relativos à promoção da saúde. E aqui podemos acrescentar a parafernália de investimentos sobre a criança e o jovem que

vão desde as práticas esportivas aos cursos de aprimoramento cultural, intercâmbios internacionais para conhecer outras culturas e aprendizado de idiomas etc., etc..Tudo isso exige alto custo de investimento individual em si mesmo. (TÓTORA, 2011, p. 94).

Para o neoliberalismo, atualmente a escola passa por uma crise, mas “é necessário destacar que na perspectiva neoliberal os sistemas educacionais enfrentam, hoje, uma profunda crise de eficiência, eficácia e produtividade, mais do que uma crise de quantidade, universalização e extensão” (GENTILI, 1996). De acordo com o autor, há uma crise de qualidade decorrente da improdutividade que caracteriza as práticas pedagógicas e a gestão administrativa da grande maioria dos estabelecimentos escolares.

O objetivo político de democratizar a escola está assim subordinado ao reconhecimento de que tal tarefa depende, inexoravelmente, da realização de uma profunda reforma administrativa do sistema escolar orientada pela necessidade de introduzir mecanismos que regulem a eficiência, a produtividade, a eficácia, em suma: a qualidade dos serviços educacionais. Deste diagnóstico inicial decorre um argumento central na retórica construída pelas tecnocracias neoliberais: atualmente, inclusive nos países mais pobres, não faltam escolas, faltam escolas melhores; não faltam professores,, faltam professores mais qualificados; não faltam recursos para financiar as políticas educacionais, ao contrário, falta uma melhor distribuição dos recursos existentes. (GENTILI, 1996, p. 09).

Outro ponto relevante e também discutido por vários autores é a questão de articular e subordinar produção educacional às necessidades estabelecidas pelo mercado de trabalho. Daí vê as políticas que promovem as reformas na educação, bem como o sistema de avaliações, que serve como critério de qualidade.

O neoliberalismo formula um conceito específico de qualidade, decorrente das práticas empresariais é transferido, sem mediações, para o campo educacional. As instituições escolares devem ser pensadas e avaliadas (isto é, devem julgados seus resultados), como se fossem em presas Produtivas. Produz-se nelas um tipo específico de mercadoria (o conhecimento, o aluno escolarizado, o currículo) e, conseqüentemente, suas práticas devem estar submetidas aos mesmos critérios de avaliação que se aplicam em toda empresa dinâmica, eficiente e flexível. (GENTILI, 1996, p.7).

A grande preocupação com a educação no sistema neoliberal está sujeita à demanda de empregos. A educação não é a responsável por criá-los ou ainda garantir o acesso a ele, mas sim criar o que se chama “empregabilidade” que é:

a capacidade flexível de adaptação individual às demandas do mercado de trabalho. A função "social" da educação esgota-se neste ponto. Ela encontra o seu preciso limite no exato momento em que o indivíduo se lança ao mercado para lutar por um emprego. A educação deve apenas oferecer essa ferramenta necessária para competir nesse mercado. O restante depende das pessoas. (GENTILI, 1996, p. 7)

Nesse contexto, é também muito possível se relacionar não só com a escola básica, mas também com cursos livres, como é o caso dessa pesquisa, especificamente com cursos de idiomas. Muitos desses mecanismos de "qualidade" expressos pelo neoliberalismo são possíveis de se encontrar nesses cursos, que procuram se adequar a essas exigências, submetendo-se a avaliações de diversas formas, e também demonstrando como aquele conhecimento novo é útil para o mercado de trabalho, e pode ser, inclusive um diferencial na disputa por um emprego ou numa promoção. Muitas instituições inclusive se utilizam dessa característica para promover seus cursos.

4.3 Análise dos textos: produção de subjetividade do trabalhador do "mundo dos negócios"

A seguir, faremos a análise dos textos selecionados, que é composto por dois já abordados no capítulo anterior referente às três cenas enunciativas, e também usaremos mais quatro textos encontrados no mesmo material, sobre os quais falaremos mais adiante. A seleção destes textos se deu a partir da ideia de encontrar os modelos de empregado/executivo/empresário que são representados nos textos do material. Daí selecionamos os seis textos que falam especificamente sobre esse personagem, e, a seguir, observando a seleção, nos demos conta de que poderíamos agrupá-los em três grupos, já que tratavam do empresário/executivo em três situações específicas: dois deles eram relatos da rotina desses empresários, outros dois falam sobre as tensões que sofrem aqueles que trabalham com essas atividade, e, mais os últimos dois textos falam de dois empresários e suas empresas, indicando qual foi a trajetória até que a empresa deles alcançasse um lugar de destaque. Há ainda um último tópico que retoma os textos para mostrar outras impressões em comum, além das três citadas acima.

Falaremos sobre a produção de subjetividade: a partir dos modelos encontrados, como se constrói a imagem do empresário/executivo bem-sucedido? Para isso, nos ancoramos em vários autores que nos falam acerca da ideia de uma produção de subjetividade empreendedora, que tem guiado a vida em todos os seus aspectos.

No artigo “O trabalho da gestão: notas sobre poder e subjetividade” (MORO; AMADOR, 2015), se analisam as várias etapas ocorridas nos últimos dois séculos relativas à ideia de trabalho, e também como surgiu a ideia de gestão dentro das empresas. Realizam-no sobre a perspectiva da Psicologia social em relação com a ideia de subjetividade. Segundo os autores, estaríamos vivendo a era do trabalho gerencial, onde as ideias relativas a gerenciamento passam a fazer parte do trabalho de todos, e não somente de gestores.

Gaulejac (2007) “considera haver no mundo contemporâneo uma ideologia acerca da gestão que, em última análise, toma a vida humana como objeto a ser gerido para fins de rentabilização”, se explicita que a ideia de gestão, na atualidade, já não é temática exclusiva do ambiente empresarial. Como nos diz, é uma ideologia que passa a ser necessária para a sobrevivência na sociedade influenciada pelos ideais neoliberais “Para tornar-se útil e empregável em uma sociedade igualmente gestonária, é necessário, enfim, tornar a vida produtiva.” (GAULEJAC, 2007). Esses pontos nos levam a vários desdobramentos:

Tais imperativos se estão dirigidos às diversas instâncias da vida, parecem encontrar no trabalho um campo fértil para seu desenvolvimento através dos apelos à dedicação máxima, esta justificada como forma de «sobreviver» em um contexto econômico instável e de profunda competitividade: o sucesso da empresa é, enfim, vendido como o sucesso de cada um. A partir de estratégias discursivas variadas, geralmente assentadas sobre a liberdade individual e a importância da competitividade no mundo globalizado, a acumulação flexível tem convocado mais e mais o trabalhador a produzir-se como empreendedor e autônomo, capaz de tomar decisões e responsabilizar-se por elas. O trabalhador é convidado, assim, a sentir-se tão responsável pelo trabalho e por seus resultados como se fosse ele mesmo proprietário da empresa. (MORO; AMADOR, 2015 p.204).

Nesse artigo, citam-se várias características da ideia de gestor de si mesmo relacionada ao gestor de empresas, por exemplo, (1) o sucesso da empresa é o sucesso do empreendedor, (2) o trabalho ocupando todas as esferas da vida do indivíduo, (3) a flexibilidade exigida para dar conta da carga excessiva de trabalho.

Vemos, assim, a ideia de empresa passando a dominar toda a vida em sociedade, “ela designa não mais uma acumulação, ainda que sempre se trate de acumular, mas uma maneira de se conduzir: o fato de empreender qualquer coisa. Ela simboliza uma criação pessoal, uma aventura possível para todos” (EHRENBERG, 2016, p. 48).

Além das ideias relativas ao trabalho e à gestão da própria vida, pensamos na produção de subjetividade como uma maneira de desnaturalizar várias associações que se fazem a respeito de determinada situação, pessoa... A noção de *acontecimento* nos ajuda a pensar essas relações:

A acontecimentalização consiste em reencontrar as conexões, os encontros, os apoios, os jogos de força, as estratégias, que têm, em um momento dado, formado o que, em seguida, vai funcionar como evidência, universalidade, necessidade. (MARTINS, 2002, p. 89-90)

Pensaremos portanto, também em quais são os acontecimentos que encontramos em nosso material para formar uma perspectiva de homem de negócios. E, portanto desnaturalizar as relações que aí se mostram, já que *acontecimentalizar* algo:

significa reencontrar as forças que foram aos poucos se apagando e, que, posteriormente, determinaram que fosse percebido como absolutamente natural ou evidente o nexos saber-poder responsável pela configuração de uma forma estabilizada qualquer. (ROCHA, 2007, p. 114)

Levando em consideração essas ideias relativas ao trabalho nos dias atuais, observaremos quais são as ideias relativas a trabalho e trabalhador encontradas em nosso material: quais seriam os trabalhadores que os alunos/trabalhadores encontrarão nesse material? Quais são os agenciamentos criados para a ideia de ser bem-sucedido no ambiente corporativo?

Procuraremos responder a nossa pergunta: como se constrói a imagem do empresário/executivo bem-sucedido nesse material? Como já comentamos, a análise se realizará sobre seis textos selecionados do material didático que contém o personagem empresário/trabalhador do mundo das empresas. A seguir, comentaremos as quatro categorias de análise que propomos.

4.3.1 A rotina do trabalhador corporativo

Nesse trecho procuraremos analisar quais são as ideias referentes à rotina do trabalhador corporativo. Para isso, contaremos com dois textos: a rotina de Manuel Gonçalves e a entrevista a Paulo Nigro.

Vejamos agora o primeiro texto a ser analisado. Como já dissemos ele já foi abordado na unidade anterior e se refere à rotina de Manuel Gonçalves. Esse texto trata da rotina de um empresário chamado Manuel Gonçalves, que é um “*empresário bem-sucedido*” que vive no Brasil. Vamos então observar quais são as características desse empresário a partir das pistas linguísticas que o texto apresenta.

As pistas que analisamos nesse texto são:

- as expressões temporais do texto e os verbos de que Manuel é sujeito, para ver de que maneira se constrói a relação com o tempo desse personagem;
- o uso dos adjetivos *magnífico* e *bem-sucedido*, e a expressão “*onde todos possuem cargos de nível superior*” para qualificar a empresa onde Manuel trabalha.

Ao falar sobre a rotina desse empresário, o texto se desenvolve a partir da relação com o tempo. Como podemos observar através das várias expressões temporais encontradas no texto: *Depois de sua caminhada, O horário de trabalho, Muitas vezes, Quando volta para casa, Nos fins de semana, Nos feriados.*

Também selecionamos aqui os verbos dos quais Manuel é sujeito: *ser, ser, trabalhar, morar, acordar, tomar, sair, ir, escutar, trabalhar, ter, trabalhar, ser, começar, terminar, sair, retornar, almoçar, ser, falar, viajar, viajar, estudar, voltar, jantar, assistir, conversar, brincar, ir, gostar, jogar, gostar, levar, amar, morar.*

Como vemos, os verbos remetem a várias atividades contadas temporalmente, uma após a outra, em que se narram as várias funções de Manuel no decorrer do tempo. Há uma mescla de atividades, com tempo no trabalho e fora dele, mas tudo acontece de forma muito harmoniosa. Como se nota, Manuel segue essa rotina sem tensões, questionamentos, até sem pensar. É possível pensar, que de tantas atividades realizadas e a realizar, não sobra espaço para pensar, para sentir. Até mesmo os momentos de lazer já estão previamente planejados.

São as sequências de atividades de Manuel, que precisa ter um bom desempenho no trabalho e na vida pessoal, que devem ser organizadas de maneira que ele possa realizar tudo o que é necessário. Essa relação com o tempo às vezes exige alguns sacrifícios: *“ele acorda muito cedo”* para poder estar com a família e cuidar da saúde praticando exercícios. E também aproveita o horário de almoço para discutir questões de trabalho. Alguns ajustes são necessários para que tudo o que é planejado possa ser realizado.

Ao examinarmos as ações que Manuel pratica, é possível perceber que elas se direcionam para três áreas: trabalho, família e saúde. Aqui, voltamos para a ideia de gerenciar, gerir, que seria “planejar, organizar e executar ações”. Sendo assim, podemos considerar que as ações do personagem são desenvolvidas no sentido de gerir aspectos de sua vida relacionados a essas três áreas. Portanto, pensamos que a família, o trabalho e a saúde são os empreendimentos de Manuel. E as ações que ele realiza durante seu dia a dia são previamente planejadas e organizadas para serem postas em prática, no sentido de que esses três empreendimentos possam ser bem-sucedidos.

Para pensar se esses empreendimentos de Manuel são bem-sucedidos ou não, podemos encontrar várias pistas no texto. Uma delas é o enunciador que na maior parte do tempo parece assumir um tom imparcial, tem somente o intuito de narrar as ações dia a dia de Manuel, porém deixa escapar algumas expressões valorativas: *Manuel é bem-sucedido, levar a família para conhecer lugares “magníficos” do Rio de Janeiro, Manuel trabalha em uma empresa onde todos possuem cargos de nível superior.*

Outra pista que nos indica o sucesso de Manuel está na foto que ilustra o texto, temos a foto de uma família muito feliz, portanto, também está tudo bem com essa empresa. E a saúde, já que pratica exercícios físicos, provavelmente vá bem, já que não se faz menção a qualquer problema. É importante que a saúde esteja bem para conseguir manter uma rotina tão intensa.

Percebemos que não há tensões entre os territórios e Manuel organiza sua vida de forma que ela não tenha conflitos. Portanto, cria-se a imagem de um homem que é bem-sucedido em todas as áreas de sua vida. Podemos nos perguntar se isso é realmente possível, como conseguir viver uma vida sem conflitos. A resposta que podemos supor, a partir do texto, seria de que é gerenciando-a bem, planejando as ações do dia a dia para que nada aconteça sem estar previamente organizado.

É importante também nos darmos conta de que, segundo o texto, o êxito obtido por Manuel se baseia na quantidade: é o número de tarefas que ele faz junto com a família, é o número de atividades que realiza no trabalho, ou o tempo que ele dedica ao exercício que faz com que esses campos da vida de Manuel sejam bem geridos.

Outros questionamentos a serem pensados são: será que a imagem de bem-sucedido no trabalho poderia ser afetada caso Manuel não tivesse, ou melhor, não aparentasse uma vida familiar harmoniosa? Será que, se Manuel apresentasse um aspecto físico não considerado saudável, ou até mesmo se mostrasse debilitado por algum problema de saúde, ele seria esse modelo de empresário bem-sucedido?

Além disso, também podemos questionar o que se entende como bem-sucedido de acordo com esse texto. Ser bem-sucedido é conseguir manter-se no emprego, dar conta das inúmeras atividades. Ser bem-sucedido na família é passar tempo com eles, mas de que forma se passará esse tempo? Cuidar da saúde é praticar exercícios, mas talvez a rotina cansativa de Manuel seja também prejudicial a sua saúde. Passamos, assim, a ter uma visão superficial da vida bem-sucedida. O que vale aqui não é a qualidade, mas sim a quantidade. Quantidade de horas trabalhadas, quantidade de horas com exercícios, quantidade de horas junto com a família.

A seguir, voltaremos nossa atenção para outro texto encontrado no material, a entrevista concedida por Paulo Nigro, texto que pertence ao gênero entrevista, com um entrevistador e um entrevistado. O entrevistador aparece pouco, já que a ideia de uma entrevista é que o entrevistado possa desenvolver sua fala no caminho apontado pelo enunciador. É o entrevistador que abre a entrevista, situando o público sobre quem será o entrevistado.

Para esse texto, as pistas linguísticas que observaremos são:

- comentários do entrevistador com relação a Paulo: *“tá faltando hora no seu dia”, “Paulo é um grande jogador de basquete” e “além de presidente da Tetra Pak é vice-presidente das Américas e América do Sul”*. Elas revelam a importância do empresário para o segmento empresarial, e também a boa performance dele em outros aspectos;
- expressões de tempo: mostram a rotina atribulada e, com relação a expressões do passado, as dificuldades superadas pelo empresário;
- a repetição de termos relacionados a “planejamento”;

- os verbos de que Sérgio é sujeito, indicadores da quantidade de atividades que precisam ser organizadas em seu cotidiano;

Logo no início do texto nos é apresentado Paulo Nigro, presidente da empresa Tetra Pak. A primeira pergunta feita a ele pelo entrevistador segue no sentido de como Paulo concilia seu tempo, já que, além de presidente, também é vice-presidente das Américas e América do Sul. Depois de fazer a pergunta, no decorrer da resposta, o entrevistador faz dois comentários aproveitando as falas de Paulo: quando Paulo diz que precisa administrar um spam de 8 horas, ele diz *“Tá faltando hora no seu dia”*, e em seguida, quando diz que precisa alocar tempo para o esporte, diz *“Paulo é um grande jogador de tênis”*, em tom de brincadeira. Pensamos, assim, na postura escolhida pelo entrevistador, que, além de conduzir a entrevista com a pergunta que faz, como se espera de um entrevistador, também parece querer se mostrar como alguém que procura ser engraçado, simpático aos olhos do público e do entrevistado. Ele procura inclusive mostrar certa intimidade entre os dois, já que Paulo chega a comentar que o entrevistador é um atleta.

Percebemos também, por parte do entrevistador, uma necessidade de mostrar o quanto o entrevistado é importante, já que, com os comentários que faz, enaltece o entrevistador. Primeiro, ao enumerar as funções de Paulo, *“além de presidente da Tetra Pak é vice-presidente das Américas e América do Sul”*, a expressão *além de* vem contribuir com essa postura do entrevistador, pois se entende que, como se não bastasse ser o presidente da Tetra Pak, Paulo também é vice-presidente das Américas e América do Sul. Em seguida, o entrevistador comenta que faltam horas no dia de Paulo para que ele consiga realizar todas as atividades que lhe correspondem, e ainda mais administrando os fusos horários mencionados. E, por último, ao afirmar que ele é um ótimo jogador de tênis. Fica claro que o entrevistador possui uma admiração pelo entrevistado, pois faz comentários não objetivos, que criam essa impressão.

Essa entrevista também se organiza em função do tempo, por também se tratar de narrar a rotina.

Em sua fala, primeiramente, Paulo explica a relação com o fuso horário de outros países, ao qual ele precisa se adaptar: *“eu tenho uma interação muito grande com a Europa, e nós estamos cinco horas para trás”*, *“e tenho que tá ligado também nos mercados, da América do Sul, da costa do Pacífico que estão a duas horas, três horas pra trás”*, *“existe um spam de oito horas que precisa ser administrado”*.

Na sequência, ele fala da rotina e também de estratégias que usa para dar conta de todas as atividades. Ele relembra o passado para mostrar que aprendeu algumas táticas: *“eu decidi há um tempo não ser escravo do e-mail, isso mudou minha vida, eu antes ficava frustrado porque eu recebo muitos e-mails por dia você não consegue... você não consegue ler três livros por dia né, então eu uso o e-mail a meu favor”*. Assim, Paulo faz críticas ao uso do e-mail, dizendo que deve ser uma ferramenta que é preciso saber usar, do contrário você se tornará escravo dele e não conseguirá responder a todas as solicitações, e também ficará propenso a manter uma relação muito virtual com os demais, ponto esse que é apontado pelo empresário como problema dos dias atuais: manter relações virtuais. Paulo comenta que é importante para ele manter uma relação próxima *“com seu pessoal”*, ou seja, estar presente fisicamente, passar tempo com eles, o que ele faz com 50% do seu tempo, já que nos demais 50% ele precisa estar viajando. E os momentos de aeroporto, inclusive, podem ser usados para se trabalhar com o e-mail, isso sim é *“usá-lo a seu favor”*.

A respeito do uso da tecnologia no ambiente corporativo, pensa-se que:

Não existe mais a divisão entre horários de trabalho e fora dele, e a internet é um dos dispositivos que ajudam as empresas a controlar o tempo dos funcionários: “Dentro dessa ideia de um tempo integralmente rentável, o autor chama a atenção para o fato de não haver mais divisão entre tempo livre e tempo de trabalho, sendo necessário poder trabalhar a qualquer momento e em qualquer lugar. O manager hipermoderno encontra-se obrigatoriamente plugado” (MORO; AMADOR, 2015, p .205).

Outros autores também citam a internet como instrumento que possibilita vigiar a produção dos trabalhadores. É possível visualizar e controlar o quanto estão produzindo muito facilmente através da rede, e também é possível que os empregados possam trabalhar de outros lugares que não seja a empresa. Essa é outra característica também presente na rotina de nossos personagens. Paulo tem de realizar muitas viagens por trabalho e deve manter-se conectado ao trabalho através da internet. Podemos citar o telefone celular também como forma de controle, já que é possível falar com alguém em qualquer lugar e em qualquer momento, podem-se fazer ligações de trabalho dentro e fora do horário de trabalho.

Há por parte de Paulo, uma constante mobilização para manter-se motivado em seu trabalho, superando a cada dia novos desafios. Como ele comenta, também

acha importante manter uma relação próxima com seu pessoal, para manter sua equipe igualmente motivada, o que também se mostra como forte tendência do trabalho de gestor.

Em relação a esses (gestores), parece haver, no seio das empresas, fortes expectativas e mesmo grandes esforços no sentido de desenvolvê-los a partir de uma concepção de “homem de negócios”/“homem de sucesso”, flexíveis e motivados o bastante diante dos desafios e das dificuldades que o trabalho lhes apresenta. A capacidade de mobilização psíquica constante (de si e dos outros) coloca-se como parte do trabalho do gestor, fazendo-se necessário o estabelecimento de estratégias de produção do empreendedor também entre seus «liderados», o que, paradoxalmente, o coloca na posição de produtor de subjetividades-empendedoras, contribuindo para a geração de um processo de homogeneização e individualização subjetiva. (MORO; AMADOR, 2015, p.209).

Observamos que, para Paulo, a noção de gerenciar também se torna chave, no sentido de organizar muito bem o seu tempo:

Organizar o tempo para dar conta dos fusos horários

Organizar o tempo para poder estar com seu pessoal

Organizar o tempo para poder praticar esporte e realizar sua prática cristã.

Assim como no texto de Manuel, parece que a tônica se repete, é preciso passar tempo, organizar o tempo, realizar o máximo de ações possíveis para ter uma vida boa tanto pessoal quanto profissionalmente.

Podemos inclusive reafirmar isso não só pelas ações, mas pelas vezes em que ele menciona a importância da ação e do planejamento durante o texto: *a gente precisa se planejar, Como eu disse planejamento, Para poder planejar, Eu acredito na ação, tempo para o meu esporte, Alocar tempo para minha prática cristã.*

Dessa maneira, vemos que, para Paulo é fundamental organizar todo seu tempo para conseguir ter uma boa vida, tudo é uma questão de tempo e de ação. Também corroboramos isso com os verbos usados por Paulo para narrar suas atividades: *tenho, tenho, tenho, tenho, aprender, achar, procurar fazer, acordar, chegar, procurar, decidir, ficar, receber, tentar, usar, ser, disse, gostar, gostar, acreditar, acreditar, dizer, estar, estar, preferir, ter conseguido, alocar, achar, saber, ter, gostar, alocar, achar.*

Na terceira parte da resposta de Paulo, ele fala das atividades que realiza além de trabalhar: o esporte e a prática cristã. É interessante observar como ele justifica essas práticas em sua vida: são uma espécie de fuga à realidade do

trabalho, o tênis para socializar com pessoas de fora do ambiente corporativo e arejar a cabeça, e a prática cristã para nos tirar desse plano e nos colocar no lá de cima. No livro “O culto da performance”, Ehrenberg (2016) fala sobre o trabalho no mundo corporativo nos dias atuais, tomado pela ideia de “trabalhador empreendedor”. O autor comenta que acaba sendo uma carga grande e o empresário/executivo precisa procurar alternativas para fugir e suportar a realidade. No fragmento a seguir, ele fala sobre o uso feito de drogas lícitas ou ilícitas nesse contexto, que servem também como uma alternativa de fuga para aguentar a realidade e manter-se equilibrado:

Quaisquer que sejam os efeitos psicotrópicos- sedativo, estimulante ou euforizante-, o discurso mantido hoje sobre os medicamentos psicotrópicos os associa á concorrência. Eles são daqui em diante, muito mais um meio artificial para afrontá-la quando o “natural” fracassa do que um instrumento terapêutico. Eles são substancias dopantes para o indivíduo que, na sociedade concorrencial, tem de ir ao fim de si mesmo, como o esportista deve superar seus limites em uma competição. Permitindo construir uma boa imagem ao aparentemente se autocontrolar face ao outro (adversário, concorrente ou parceiro), eles são uma maneira de ser si mesmo que, dependendo do caso, contorna ou reforça o trabalho exercido sobre si. (EHREMBERG, 2010, p.134-135)

Assim sendo, como os efeitos das drogas servem para aguentar a pressão, acreditamos que Paulo se refere à sua prática cristã e ao esporte como parte da mesma estratégia, que é fugir da realidade do trabalho, suportá-la.

Observando os dois textos que falam sobre a rotina do executivo, notamos várias semelhanças. A relação com o tempo parece sempre primordial, todas as atividades do dia são planejadas para que se possa dar conta da rotina atribulada desses personagens. É possível perceber também que a rotina se organiza com relação ao trabalho, de maneira que é preciso primeiro dar conta das atividades laborais para depois organizar as atividades pessoais e fora do trabalho.

Com os relatos observados fica também a ideia de que, se a rotina estiver devidamente organizada, não haverá tensões. O único problema é não saber se planejar.

4.3.2 As tensões na vida do trabalhador corporativo

A seguir, através do relato de Sérgio Carvalho e da reportagem “Eles viajam sempre, mas nunca tiram férias”, pensaremos as tensões na vida desses trabalhadores.

O próximo texto do qual trataremos faz parte da unidade 1. No final de cada unidade do material em questão, há uma parte dedicada a atividades complementares, que buscam fazer com que os alunos exercitem os conteúdos de gramática normativa que foram trabalhados dentro da unidade. Portanto, esse texto é usado para uma atividade que busca fazer com que os alunos completem lacunas conjugando verbos no presente do Indicativo. Esse texto também se encaixa no gênero de textos não autênticos presentes em materiais didáticos. Foi elaborado para tratar exclusivamente do conteúdo gramatical e vocabulário que se pretende ensinar. Nele aparece o personagem Sérgio Carvalho, que trabalha em uma grande empresa e narra em primeira pessoa suas funções dentro da empresa com aspectos positivos e negativos relacionados a seu trabalho. Esse texto corresponde ao anexo E.

Nesse texto, Sérgio Carvalho relata como o trabalho o impede de passar mais tempo com a família e que pouco aproveita as viagens que realiza. Ele precisa gerenciar sua vida para conseguir atender às expectativas da empresa, que precisa que ele faça várias viagens.

Tomamos por base a seguinte pista linguística:

- verbos e expressões que mostram a tentativa de Sérgio de driblar as tensões causadas pelo trabalho.

No relato de Sérgio Carvalho se revelam algumas tensões que ele precisa enfrentar. Ele conta que gosta do trabalho que exerce, porém ele também apresenta pontos negativos. Sérgio introduz sua queixa pela expressão “*mas como tudo na vida, também há pontos negativos*”, e assim podemos considerar que as tensões, os pontos negativos, para ele, são coisas que fazem parte da vida.

A tônica do texto, a tensão entre o território da vida pessoal e laboral de Sérgio vai se construindo a partir das viagens que ele precisa realizar por trabalho. Logo de início, ele relata que é parte do seu trabalho realizar várias viagens, e que as viagens ora são positivas, ora são negativas. Elas são positivas, pois ele pode conhecer várias pessoas e diversas regiões do Brasil, que ele aponta como lugar muito bom de viajar. Porém, também são negativas, pois ele precisa passar muito

tempo longe da família, e essa rotina acaba sendo cansativa. Aqui, temos a construção de um personagem que revela tensões causadas pelo seu ambiente de trabalho. Ao contrário do texto de Paulo e Manuel, ele não apresenta soluções, somente seu desejo de que as coisas fossem diferentes: *“só seria melhor se ao invés de viajar tanto a trabalho, eu pudesse viajar mais a passeio e em companhia da minha família”*.

Há duas frases no texto que revelam como o personagem procura resolver o problema das viagens muito longas e frequentes. Em *“Quando viajo dentro do país, tento voltar o mais rápido possível”*, o verbo escolhido *tentar* mostra que nem sempre ele consegue o que se confirma pela frase que se segue *“porém, como o Brasil é um país muito grande, isso nem sempre é possível”*. Há ainda outra estratégia que Paulo procura usar: *“e sempre tento, entre uma reunião e outra, sair para passear pela cidade e conhecer os pontos turísticos e as paisagens naturais”*. Novamente, ele usa o verbo *tentar*, o que significa que nem sempre é possível. Percebemos então que a vida de Sérgio se organiza pela relação com o trabalho: esse é o ponto principal de sua rotina e as demais atividades devem nela se encaixar. Mas há tensão, por isso o personagem exprime seu desejo de que as coisas fossem diferentes.

No relato das tensões causadas pelo trabalho, ele não mostra nenhuma solução, somente procurar lidar com essas tensões que fazem parte da vida. Afinal, como ele diz, *“tudo na vida tem seu lado negativo”*. Não há aqui uma vida com roteiro a seguir, há uma grande responsabilidade que é o trabalho, que lhe causa alguns inconvenientes, mas com os quais ele procura lidar. Algumas vezes ele consegue uma solução, como quando aproveita alguns momentos de viagem a trabalho para conhecer outros lugares; outras vezes, não, como quando não consegue ter a companhia da família tanto quanto gostaria.

O próximo texto está na unidade 3, que se intitula *“viagens, reuniões, negócios”*. E faz parte do módulo 3, *“viagens de lazer e/ou negócios”*. Apresentam-se nesse módulo alguns textos e atividades que reforçam o vocabulário usado em situações como aeroporto, táxi e recepção em um hotel. O texto que analisaremos chama-se *“Eles viajam sempre, mas nunca tiram férias”* (anexo F). Este texto foi retirado de uma página *web* e conta com essa informação no final do texto. O enunciador que está presente nos textos marcando as informações a que os alunos devem prestar mais atenção, agora marca algumas expressões da língua

portuguesa como “*de papo pro ar*” e também palavras que são grafadas com a letra x, para assim trabalhar os diferentes sons que essa letra pode representar. Esse texto nos fala sobre os executivos, ou seja, se refere a toda a categoria, e a dificuldade que eles têm em desfrutar de momentos de lazer e se desconectar do trabalho. Nele também encontramos falas de outros profissionais pesquisadores que dão ainda mais credibilidade às informações relatadas no texto.

Esse texto é uma reportagem na qual se fala sobre a vida dos executivos. Cria-se essa categoria sobre a qual vão se tecendo vários comentários, muitas vezes respaldados por declarações de especialistas. E o tema do texto é a dificuldade em separar o trabalho da vida pessoal. São apontados como agravantes manter-se conectado à empresa por meios digitais e aproveitar viagens de trabalho para descansar por poucos dias. Segundo o texto, é como se o executivo nunca tirasse férias e nunca parasse de trabalhar, mesmo em momentos de lazer.

Aqui, analisamos as seguintes categorias linguísticas:

- repetição de expressões relacionadas às tecnologias, como e-mail e celular;
- oposição entre *sempre* e *nunca*, presente no título do texto;
- a utilização da expressão “*não fazer nada*”;
- a expressão “*em geral, são ótimos para organizar empresas, mas péssimos para organizar a vida pessoal*”.

Ainda no texto aparece como a grande preocupação o uso de e-mail e celular, como vemos nas seguintes afirmações: “*mesmo quando estão de papo pro ar, eles continuam ligados à empresa ou ao celular*”, “*munidos de laptops, esses executivos mantêm-se ligados diariamente à empresa*”, “*se nesse período ele continuar ligado à empresa pelo celular ou por e-mail, o resultado fisiológico é o mesmo de não ter tirado férias.*” Como já comentamos no texto que se refere a Paulo Gomes, a tecnologia é um dos pontos-chave para esses profissionais. A tecnologia é algo que vem sendo mostrado muitas vezes como de estrita relação com o ambiente de trabalho, e dessa vez ela aparece novamente. Trata-se de como o celular e a internet fazem com que os executivos se mantenham conectados ao trabalho, uma vez que isso já não depende de estar fisicamente na empresa.

Comenta-se que “*a justificativa para não tirar férias é a carga de trabalho, que costuma ser do tamanho - ou maior - da responsabilidade do executivo*”. Ou seja, se a carga de trabalho é muito grande, a única opção é deixar de lado atividades

pessoais para dar conta dele. É o empregado mesmo o responsável por resolver esse problema.

O título da reportagem *“eles viajam sempre, mas nunca tiram férias”*, vem criando uma oposição entre *sempre* e *nunca*. Sempre viajar é entendido como uma atividade de lazer, de descanso, que aconteceria na vida desses empresários. Mas essa expectativa é quebrada pelo *mas*, que encontramos a seguir, e complementada por *“nunca tiram férias”*. Esse jogo entre *sempre* e *nunca* mostra uma oposição entre o contexto geral e o contexto do mundo corporativo. Para os que não fazem parte do mundo das empresas, viajar seria sempre sinônimo de descanso, lazer. Mas, no mundo corporativo, há um outro sentido para elas, que é trabalhar, e muito. Pensamos aqui também quais são os agenciamentos produzidos por tal afirmação com relação às empresas que fazem parte desse meio. Para que os executivos precisem viajar, é necessário que a empresa seja de grande porte, tenha negócios em outras cidades e/ou países e, portanto, ser um executivo nesses textos observados também está relacionado com trabalhar em grandes empresas.

Outro ponto que se repete nesse texto e em outros textos já analisados é que o executivo deve ter uma família, nesse caso com quem deseja passar as férias e momentos de lazer. Aqui também se confirma que a família é algo em que se precisa investir tempo, estar junto.

Há ainda outra afirmação no texto que chama a atenção (*“há profissionais que não suportam a ideia de não fazer nada”*), referindo-se a que os executivos não conseguem deixar de trabalhar mesmo em dias livres ou de férias. Essa expressão *“não fazer nada”* é interessante, já que, segundo o que se entenderia, não trabalhar seria o mesmo que não fazer nada. Então, segundo essa afirmação, fazer alguma coisa só pode estar relacionado ao trabalho, qualquer outra atividade é o mesmo que fazer nada. Isso reafirma a supervalorização de atividades que sejam produtivas em nosso dia a dia, é preciso sempre ter uma ótima performance, de maneira a não perder tempo com atividades que não *“gerem”* nada em sua vida.

Nesse mesmo trecho, um especialista comenta sobre a dependência psicológica com relação ao trabalho, o que impediria os executivos de descansar e aproveitar momentos de lazer. Todas essas ideias são naturalizadas, pois não se aprofundam no tema, é somente citado e procuram-se vozes de especialistas que corroboram essas informações. Mas não se dá uma discussão de porque isso acontece. Será que a dependência laboral não seria mais facilmente associada a

uma carga de trabalho excessiva ou à concorrência no mercado de trabalho, que faz com que o trabalhador se sinta sempre inseguro, pois, se deixar de realizar algo, há muitos outros que podem substituí-lo?

Na sequência, há ainda outra afirmação com relação aos executivos: “*em geral, são ótimos para organizar empresas, mas péssimos para organizar a vida pessoal*”. Essa afirmação nos chama a atenção, pois, segundo os relatos do texto, os executivos não têm tempo de relaxar ou tirar férias pois estão sempre trabalhando, o que pode indicar que não sejam bons organizando seu trabalho, já que passam todo seu tempo dedicados a isso. E, há ainda a ideia de organizar a vida pessoal, ou seja, assume-se que é necessário organizar a vida pessoal e deve-se aplicar a ela a mesma regra da organização laboral.

O executivo também precisa ser sempre só sexo masculino, não há menção a que mulheres também poderiam ocupar esse cargo, a elas cabe somente o papel de esposa. Até mesmo os especialistas que falam no texto são do sexo masculino.

Esse texto traz uma série de ideias relacionadas ao executivo. Aqui, ele seria um homem que tem uma carga de trabalho muito grande e vive em constante tensão por isso, não conseguindo se desconectar, descansar ou realizar qualquer outra atividade além do trabalho. Essa situação é agravada pela tecnologia, que é algo negativo, que ajuda na dependência que esse trabalhador sente com relação ao trabalho. É também a afirmação que aparece no final do texto, que resume que a qualidade de vida passa muito longe do ambiente corporativo.

A tensão se dá logo no início do texto, que começa com a expressão *embora*: mesmo sabendo da importância de descansar, isso é algo que os executivos não conseguem controlar, algo que foge à sua realidade. É preciso aceitar a tensão.

Como vimos, esses textos falam sobre as tensões que o emprego no ambiente corporativo causa. Há sempre muito trabalho a se fazer, de maneira a não se conseguir aproveitar de momentos de lazer para descansar. Dessa maneira, temos uma vida repleta de conflitos para que se consiga seguir dentro do ambiente corporativo.

É interessante pensarmos também como esses últimos textos vêm trazer um ponto de vista diferente dos textos de Manuel e Paulo. Na seção anterior, vimos que os personagens levam uma vida sem muitos problemas, já que sabem organizar bem o seu tempo. Mas, agora, vemos que a rotina desses homens é sempre de muita tensão, e o espaço para a vida fora da empresa é muito pouco. Parece que

Paulo e Manuel são exceções, ao contrário da maioria, que ainda não aprendeu a organizar sua rotina.

4.3.3 Trajatória de empresários de sucesso

Agora, através de dois textos mais, a história dos donos das empresas O Boticário e Cencosud, pensaremos como se mostra a trajetória desses personagens no caminho do êxito de seus empreendimentos.

O seguinte texto encontra-se também na unidade 3, no módulo 5 chamado “as empresas e a responsabilidade social”. Este também é um texto autêntico, retirado da revista Isto É Dinheiro (SP). Ele também é usado com o fim de preencher lacunas conjugando verbos no Pretérito Imperfeito do Indicativo, que é abordado na unidade. Trata-se de um texto chamado “*A história de O Boticário*” (anexo G) que conta em terceira pessoa como o empresário Miguel Krisgner, dono da empresa, a fundou. Apresentam-se conversas mostradas em discurso direto, que mostram as estratégias de negociação de Miguel, bem como sua ousadia e coragem que foram decisivas para a fundação da empresa. É curioso que não conseguimos encontrar a relação entre esse texto e o tema do módulo, que é a responsabilidade social das empresas. Não há nele nada que se relacione com este tema, ele somente faz parte desta unidade porque está relacionado aos temas gramaticais presentes na unidade. Consideramos, assim, que, neste material, algumas vezes, o mais importante é que os textos contribuam com aspectos gramaticais, mesmo não havendo algum tipo de sentido com o contexto da unidade.

É possível notar aqui a ideia de que o sucesso do empresário Miguel e o sucesso de sua empresa se misturam. O personagem é exemplo de sucesso, pois foi selecionado para aparecer em uma conhecida revista do ramo empresarial (Isto É Dinheiro), e comanda uma empresa de grande porte. Como veremos foram a coragem e a ousadia de Miguel os responsáveis pela criação da empresa.

Miguel Krisgner também teve que superar várias dificuldades para começar a empresa. Ele tinha apenas uma farmácia com um pequeno faturamento e começou o negócio do O Boticário do zero. As estratégias de negociação do empresário são mostradas no texto. Ele precisou negociar um pagamento para poder comprar os

frascos de perfume, e, além disso, precisou criar um perfume e encontrar uma loja disponível. Como o próprio texto nos diz, precisou de “coragem e ousadia” para superar as dificuldades.

As pistas linguísticas observadas nesse texto são:

- os altos valores numéricos;
- expressões que mostram as atitudes de Krisgner no crescimento da empresa;
- a estratégia de mescla entre os planos do empresário e sua empresa.

O enunciador usa alguns artifícios para convencer de que fala de uma empresa e de um empresário importantes. Ele usa muitas vezes valores numéricos para dar ênfase a empreitada: *3,200 lojas, 5,5 bilhões, 65 mil vidros de perfume, 20 mil de xampu e 15 mil de creme, 45 milhões de frascos*. Esses números vão criando uma ideia de verdade, como se esses valores fossem a prova de que a empresa é um sucesso. Além dessas, ele também usa as expressões “gigante” e “potência” para se referir à empresa, o que também demonstra o seu êxito.

A história do empresário Miguel Krisgner é contada como se ele fosse um homem de sorte, como se aquele negócio já estivesse praticamente destinado a Miguel: *“mal pude acreditar no acaso que fez crescer essa potência”*. A história da empresa começa quando ele, por acaso, recebe uma proposta de um negócio muito arriscado e resolve encarar a oferta. São destacadas várias atitudes ousadas de Miguel que foram fundamentais para começar o negócio: *“Ou ele levava tudo ou ia embora sem levar nada”, “Krisgner tomou coragem”, “Krisgner foi o único a fazer proposta”, “A fragrância nem estava pronta e Krisgner já encomendou”, “Miguel Krisgner enxergou a oportunidade e teve coragem de arriscar o bastante naquilo em que acreditava”*.

Forma-se uma ideia de executivo ousado, aquele que precisa acreditar naquilo que quer, e aproveitar a oportunidade no exato momento, não deixá-la passar. É quase um jogo de sorte ser empresário de sucesso.

Outro ponto que chama a atenção é o fato de o texto mesclar a história de Miguel e a de O Boticário. Em muitos trechos da leitura, podemos confundir-nos sobre se estamos lendo a história da empresa ou a do empresário. Mas parece que a ideia é um pouco essa mesma, mesclar esses dois planos de modo que o sucesso da empresa seja visto como o sucesso de seu dono e vice-versa. É Miguel quem representa sua empresa e, portanto, é um homem de sucesso, já que é dono de uma potência. Há também um apagamento de todas as pessoas que devem haver

trabalhado durante todos esses anos para que a empresa crescesse tanto, somente Miguel aparece como sendo o responsável por esse feito.

Aqui, não há nenhuma tensão, parece que a empresa foi um golpe de sorte, que foi uma oportunidade aproveitada e logo tudo se encaminhou para seu sucesso.

O próximo texto está localizado na parte de atividades complementares da unidade 4, chamada Futuro. Ele é usado para o fim de exercitar os tempos verbais. Existem lacunas e, ao lado de cada uma delas, duas opções de conjugação verbal. Dessas opções o aluno deve escolher a mais adequada para completar aquele espaço. Dessa vez, porém, os alunos devem utilizar as quatro conjugações verbais trabalhadas ao longo do material: Presente, Pretérito Perfeito e Imperfeito e Futuro, uma vez que o aluno já está na última unidade e espera-se que ele já as domine. Esse texto também foi retirado da página *web* da revista Isto É Dinheiro. Ele intitula-se “Este homem não está rindo à toa” (anexo H). Nele o enunciador, Carlos Eduardo Valim, fala sobre o empresário Horst Paulmann e sua rede Cencosud.

Esse texto conta a história de Horst Paulmann e sua empresa, o grupo Cencosud. O título brinca com a expressão *rindo à toa*, e vem apontar que o riso, a felicidade de Paulmann não é à toa, mas tem um motivo, que é o crescimento de seu empreendimento em níveis internacionais.

Para esse texto observamos as seguintes pistas linguísticas:

- altos valores numéricos;
- expressões de comparação;
- expressões que mostram que o sucesso da empresa se deve às iniciativas de Paulmann.

Nesse texto, encontramos uma série de cifras muito altas: *10,5 bilhões, 686 milhões, 189 milhões, 2,4 bilhões, 8 bilhões, 730 milhões, 1,3 bilhões, 600 milhões*. Essas são as cifras que correspondem ao grupo e a seus investimentos. Eles vêm para talvez impactar com os altos valores e dar uma ideia de quão poderosos são a empresa e seu dono.

Há também várias expressões de comparação: “*sexta maior fortuna da região e a 75° do mundo*”, “*no Nordeste somos a segunda maior e em Minas Gerais, a primeira, e, com a aquisição da Prezunic, estamos em terceiro no Rio de Janeiro*”, “*a empresa de maior crescimento no setor de supermercados brasileiro*”, “*promete ser o maior arranha-céu da América do Sul*”. A ideia da comparação remete sempre a concorrência, é preciso sempre estar se medindo com os demais.

É recorrente a ideia de crescimento da empresa que sempre está buscando novas metas, novos objetivos no mundo corporativo, nunca é suficiente estar onde se está, e quando se chega ao topo é preciso também um esforço enorme para conseguir manter-se aí. Encontramos essa ideia na declaração do gerente geral da empresa, que diz que *“sempre que houver uma oportunidade no Brasil, vamos observar”*, dando, assim, a ideia de que o crescimento, expansão do grupo nunca terá fim, a meta nunca será suficiente. Podemos comprovar essa informação pela palavra *“sempre”* no fragmento acima.

No início do texto, encontramos a seguinte citação: *“de aquisição em aquisição, o alemão naturalizado chileno Horst Paulmann consolida a Cencosud como uma das maiores varejistas do Brasil e da América Latina”*. Temos, portanto a ideia de que o grupo apresentou uma progressão desde o início; *“de aquisição em aquisição”* foi cumprindo cada etapa até chegar ao que é hoje. Também encontramos mais uma vez a comparação, *“uma das maiores varejistas do Brasil e da América Latina”*, mostrando que sempre há competição para ver qual é a maior. É preciso concorrer sempre dentro desse mercado.

Há ainda outro ponto interessante. Assim como no texto anterior, é possível se confundir sobre se o texto trata da empresa ou do empresário. Há vários aspectos sobre a empresa, mas há também muitos que tratam da história e da vida do empresário Horst. Também é possível perceber que aparecem outras pessoas importantes para a empresa. Cita-se o pai que iniciou com um negócio assim que chegou da Alemanha, e também o irmão de Horst, que, a partir de 1960, assumiu com ele a frente do negócio. No decorrer do texto, esses personagens são esquecidos e nenhum outro é citado como colaborador para o sucesso do empreendimento, o único é Horst Paulmann. É possível comprovar essa ideia na frase *“se alguém tem dúvidas da capacidade de crescer da empresa, é só conhecer um pouco mais das iniciativas de Paulmann”*, ou seja, são as iniciativas de Paulmann as responsáveis pelo crescimento da empresa.

Como vimos, fala-se sobre como homens de sucesso no ramo empresarial conseguiram chegar a esse posto. O que fica evidente nos dois textos é o quanto a empresa e o empresário se misturam, de modo que se a empresa é exitosa o empresário também é, e vice-versa.

4.3.4 Outras associações ao trabalhador do mundo empresarial

Como vimos na análise tecida até o momento, procuramos apresentar quais são as ideias que se produzem acerca da vida, trabalho do empreendedor encontradas no material didático sobre o qual falamos. A intenção é refletir sobre o tipo de produção de subjetividade que se pode produzir a partir daí. Observamos as relações apresentadas a partir da perspectiva da rotina e das tensões na vida desses homens, e também a relação do dono com sua empresa. Agora, retomaremos algumas questões dos textos que mostram outras relações em comum com o mundo dos negócios.

O tempo é uma das questões fundamentais em todos os textos que observamos, ele sempre aparece como um problema, pois, sempre há muito pouco tempo e muito a se fazer. Algumas vezes o problema com o tempo parece ser resolvido pelas experiências dos executivos, como Paulo e Manuel, que usam a estratégia de gerir muito bem as suas horas, para vida pessoal e profissional. Já em outros textos como o de Sérgio e dos executivos, o tempo acaba sendo mostrado como uma tensão, pois impede que haja momentos de lazer e descanso. Porém, podemos dizer que há uma naturalização dessa relação com o tempo complicada, pois isso pode ser entendido como algo que fará parte da vida de qualquer trabalhador do ambiente corporativo. Essa é a regra segundo os textos que encontramos, e pode haver solução no sentido de planejar-se, ou não, e ter de aceitar a tensão causada por isso.

Há ainda alguns aspectos que se repetem nos textos observados. A ideia de que os empresários de sucesso são sempre do sexo masculino, as mulheres só apareceram no papel de esposa. A maioria dos empresários tem família que é sempre entendida como esposa e filhos.

Com relação às empresas, percebemos que sempre se trata de empresas de grande porte, multinacionais. Podemos comprovar essa informação em todos os textos, principalmente através do tema viagens, que sempre aparece. Não encontramos em nenhum dos textos referências a empresas de pequeno porte. Provavelmente, pelo sistema neoliberal, elas são compradas por outras empresas, como é a estratégia da Cencosud. Portanto, há também um esforço em mostrar que tipo de empresa é ideal para se trabalhar.

Assim, percebemos que essas características produzem subjetividade, elas criam associações, agenciamentos com relação ao trabalhador do mundo corporativo. É importante também notar que a subjetividade ultrapassa o ambiente de trabalho, ela também invade o campo da vida pessoal, com características pessoais como família tradicional, sexo masculino e relação com a vida fora da empresa. Esses momentos fora da empresa algumas vezes são vividos sem tensão, quando se usa a estratégia de planejar também a vida pessoal, como fazem Paulo e Manuel. Mas também podem ter uma relação de muita tensão, como nos revelam os textos de Sérgio e o texto de “Eles viajam sempre, mas nunca tiram férias”, que mostra a tensão em conseguir ter uma vida fora do ambiente de trabalho. Porém, essa tensão se mostra naturalizada, uma vez que não se fazem reflexões, não se buscam alternativas em pensar por que esse é um problema desse tipo de trabalho. Somente se expõe o caso, ou seja, é preciso que cada um se adapte a essa realidade.

Já os donos das grandes empresas, O Boticario e Cencosud, correm o risco de não conseguirem ter uma vida além da empresa, já que parece, pelos textos observados, que não existe uma separação entre eles e suas empresas. Eles serão sempre vistos como os seus donos, até mesmo em ambientes fora da empresa.

Ao pensar em como Paulo e Manuel conseguem manter uma vida fora da empresa, notamos como as ideias relativas ao “empreendedor de si mesmo” estão presentes. Os dois personagens mostram que têm uma vida bastante agitada pelos compromissos exigidos pelo trabalho, e só conseguem levar uma vida além da empresa porque se planejam, como é reiteradamente repetido por Paulo. Assim, cada um passa a ser seu próprio empreendedor, e se planejar para conseguir dar conta dos compromissos que são excessivos.

A ideia de gestão relacionada ao trabalho parece ser mobilizada, muitas vezes em um sentido muito próprio, pelo meio empresarial. Não se trata de dar mais autonomia ao trabalhador, de fazer com que ele desenvolva melhor suas habilidades. Ao contrário, trata-se de mobilizar a ideia de gestão para fazer com que esses trabalhadores trabalhem ainda mais, e eles sozinhos se responsabilizem por seus resultados. Dessa forma, a empresa usa essa estratégia para passar muito trabalho para os funcionários e, se eles não conseguirem dar conta, a culpa é deles, que não sabem se autogerir. É como se fosse quase um sistema de escravidão encoberto, com todo um jogo de estratégias para que o empregado não se dê conta,

e veja o fato de conseguir dar conta de uma carga de trabalho excessiva como um desafio pessoal.

Pensaremos mais sobre como a ideia de desafio se faz constantemente nos textos apresentados.

Segundo o Dicio (dicionário online), desafio pode ser:

1. ato de desafiar.
2. chamamento para qualquer modalidade de jogo, peleja, competição etc.
3. esse jogo, partida, competição etc.
4. ato de incitar alguém para que faça algo, ger. além de suas possibilidades.
"aceitou o d., mergulhando de grande altura"
5. situação ou grande problema a ser vencido ou superado. "o governo terá de vencer o d. do desemprego"
6. lit B modalidade poética, escrita por um poeta ou cantador, em forma de disputa fictícia entre ele próprio e um adversário, ou entre dois outros contendores.
7. mús B disputa poética em forma de diálogo cantado e improvisado, em que os contendores se alternam na composição de versos que obrigam a uma resposta da parte contrária, sendo derrotado aquele que titubeia ou fica sem resposta.

Os sentidos de desafio como competição, ato de incitar alguém para que faça algo além de suas possibilidades, e situação ou grande problema a ser vencido parecem fazer parte do ambiente corporativo e da vida de todos os envolvidos com esse tipo de trabalho.

Agora, voltemos aos textos para ver de que forma o desafio está presente na vida e no trabalho de pessoas representadas como trabalhadoras do ambiente corporativo.

Para Manuel podemos dizer que é um desafio se manter trabalhando e ainda assim conseguir ter espaço para passar tempo com sua família. O desafio é trabalhar dando conta de todas as atividades pessoais. Também podemos dizer que viver acaba se tornando um desafio, como conseguir ter uma vida para além do trabalho.

Algo parecido acontece com Paulo. Para ele, é um desafio dar conta de todas as funções que exerce, conseguir tempo para tudo isso. Ele mesmo chega a responder quando perguntado sobre como organiza seu tempo: "*é um desafio muito grande*". O desafio se mostra também na vida pessoal, ele cita a prática cristã e também o esporte, dizendo que "*tem conseguido*" alocar tempo para o esporte, e

“*tenta alocar*” tempo para seu esporte. Entende-se que nem sempre ele consegue, ou seja, é um desafio conseguir manter uma vida para além do trabalho.

No texto de Sérgio é possível perceber também que ele precisa encontrar a maneira de dar conta do desafio de conseguir exercer todas as suas funções que exigem muitas viagens. O desafio para ele se mostra também na vida pessoal. Parece que é um desafio conseguir levar uma vida pessoal com todo o trabalho a fazer, ele diz que “*tenta*” voltar antes das viagens, e também em alguns casos “*consegue*” voltar o mais rápido possível. Ele também “*tenta*” aproveitar as viagens para conhecer a cidade na qual está.

Já no texto “Eles viajam sempre, mas nunca tiram férias”, percebemos o tom do desafio em conseguir dar conta de todas as atividades laborais, “*a carga de trabalho do tamanho - ou maior que a responsabilidade do executivo*”. Ao mesmo tempo, há o desafio de conseguir realizar seu trabalho utilizando o tempo que deveria ser livre. Nesse sentido, também há o desafio de conseguir viver, conseguir uma vida além do trabalho.

Já no texto de O Boticário, o desafio se apresenta no sentido de “*enxergar a oportunidade e ter coragem de arriscar no que acredita*”. Sendo assim, é preciso encarar o desafio de arriscar, aproveitar as oportunidades que a vida oferece.

No texto de Horst Paulmann, o desafio se mostra presente em vários momentos, principalmente pelas expressões comparativas no decorrer do texto: “*uma das maiores*”, “*sexta maior fortuna da região*”. Cria-se, assim, a ideia de concorrência, todo o tempo há o desafio de ser melhor que as outras empresas. Parece que nunca será o suficiente até alcançar o topo, mas aí também será um desafio conseguir manter seu empreendimento nesse lugar pelo máximo de tempo possível.

Como comentamos, a ideia de desafio é constante, ele se apresenta ora no trabalho, ora na vida pessoal. É interessante pensar em como o desafio de conseguir realizar todas as tarefas do trabalho acaba se tornando um objetivo pessoal, ele deixa de ser do campo da empresa que quer sempre mais resultados, mais lucros, e passa a ser algo pessoal, um objetivo que cada empregado ou dono de empresa precisa atingir. Muitas vezes, dar conta desses objetivos no trabalho acaba tornando a vida além dele um desafio, já que é muito complicado conseguir ter tempo e energia para coisas além do trabalho.

O controle passa a se exercer, assim, prioritariamente sobre a subjetividade, sendo que os discursos assumem uma importância fundamental na constituição de identidades – estas sempre múltiplas e mutáveis. Em um movimento perpassado pela comunicação instantânea e pelas novas tecnologias da informação e da comunicação, a tônica discursiva é colocada como nunca sobre a capacidade de inovação (especialmente de si próprio, reiventando-se continuamente), iniciativa e agilidade, atendendo às mudanças de um contexto cuja regra é a constante transformação. Assim, os discursos vigentes remetem a uma permanente “insuficiência” dos modos de ser e de trabalhar atrelada à exigência de flexibilidade e prontidão para conhecer, fazer e ser sempre outra coisa, de forma mais e mais alinhada às necessidades da empresa e do mercado, estas em constante mudança. (MORO; AMADOR, 2015, p.209).

A vida passa a precisar ser gerida da melhor forma possível, de modo a tornar-se produtiva, como fazem os personagens cada um à sua maneira. É preciso estar em constante mobilização para manter-se nesse meio.

4.4 Pensando os textos a partir da “subjetividade lixo e subjetividade luxo”

Refletindo sobre os modos de produção de subjetividade, Suely Rolnik (2007) nos propõe a pensá-las a partir das categorias subjetividade luxo e subjetividade lixo. Esses dois tipos de subjetividade se dão a partir da produção de um território:

Fabricar esses dois tipos de território é a tarefa básica da mídia, ou melhor, fabricar “o” território, pois só há um, e demarcá-lo insistentemente do resto, o esgoto do mundo onde sobrevive no limite tudo o que está fora dele. Imagens dessa demarcação saturam o visível, dia e noite, num verdadeiro assédio cerebral: do lado de dentro, o glamour das identidades prêt-à-porter de uma subjetividade-luxo; do lado de fora, a abjeção das subjetividades-lixo em seus cenários de horror feitos de guerra, favela, tráfico, seqüestro, fila de hospital, crianças desnutridas, gente sem teto, sem terra, sem camisa, sem papel – boat people vagando no limbo sem lugar onde ancorar (ROLNIK, 2007, p.02).

Portanto, teríamos a fabricação, através da mídia, de um território, que seria “o território” insistentemente demarcado. Acreditamos que o material didático analisado corrobora a ideia de demarcação insistente de uma subjetividade luxo. A seguir, pensaremos em como isso acontece.

Como vimos na seção anterior, há uma insistência nos textos abordados com algumas relações que se esperam para um homem de negócios. Isso acontece pela

forma como se repetem vários comportamentos dos personagens apresentados, apontando para uma subjetividade que precisa ser moldada, produzida, gerida o tempo todo. Produz-se uma forma de ser, de agir no mundo:

Todos os elementos que constituem esses territórios de existência são postos à venda, um kit de mercadorias de toda espécie de que depende seu funcionamento: objetos, mas também, subjetividades – modos de habitar, vestir, relacionar-se, pensar, imaginar... – em suma, mapas de formas de existência que se produzem como verdadeiras “identidades prêt-à-porter” facilmente assimiláveis, em relação às quais somos simultaneamente produtores-espectadores-consumidores. (ROLNIK,2007, p.02)

Além de produzir uma ideia de relações para um homem de negócios, o material também mostra como esses personagens são bem-sucedidos, associando-os, assim, ao que seria uma subjetividade luxo. O sucesso desses indivíduos é medido pela sua profissão, “sua realização é associada à sua carreira, seus colegas tornam-se concorrentes e as virtudes combativas são utilizadas como instrumentos para a busca do sucesso.” (WOOD JR; PAULA, 2002). Agora, vejamos como os empresários mostrados são associados à ideia de êxito nos textos analisados.

No primeiro texto sobre o qual comentamos, o que fala da rotina de Manuel Gonçalves, ele é logo de início apresentado como empresário de sucesso: “*Manuel Gonçalves é um empresário bem-sucedido no Brasil*”. E, também há, acompanhando o texto, uma foto da típica “família margarina” reunida ao lado de uma mesa farta e todos com um sorriso no rosto, dando a impressão de uma vida feliz, sem problemas.

A seguir, comentamos acerca de Paulo Nigro, que é apresentado pelos cargos importantes que exerce dentro de uma grande empresa: “*é presidente da Tetra Pak, e vice presidente das Américas e América do Sul*”. Apresentado dessa maneira, mostra-se que Paulo conquistou o sucesso, já que conseguiu chegar ao posto de presidente, o mais almejado dentro de uma empresa.

O personagem Sérgio Carvalho também é descrito como um empregado a ocupar um lugar de grande visibilidade na empresa em que trabalha: “*é o representante de uma empresa alemã no Brasil*”, “*Ele realiza comunicação entre nossos colaboradores do Brasil e da América Latina com a Alemanha*”.

No texto “Eles viajam sempre, mas nunca tiram férias”, temos também expressões que remetem esses personagens à ideia de luxo e sucesso: “*aos olhos de quem os vê viajando de um lado para o outro parece haver uma combinação*

entre trabalho e lazer de luxo". Assim, esses executivos, que precisam viajar e trabalhar muito, são identificados como participando de um território de luxo, o do lazer de luxo. Esse texto traz alguns elementos interessantes, já que mostra uma outra realidade, pois a associação de viagens de luxo a executivos é apenas "aos olhos de quem vê", segundo a afirmação acima. O texto procura desconstruir essa ideia, mostrando que muitas vezes essas viagens, mesmo de lazer, são, na verdade, cansativas, e eles não conseguem aproveitá-las, pois precisam se manter conectados ao trabalho. Mas, por outro lado, esses executivos procuram se manter nesses postos de trabalho, mesmo sem conseguir descansar. Pensamos que esse é o preço que pagam por conseguir manter-se no território de subjetividade luxo do mundo corporativo, onde quem é bem-sucedido é aquele que vence a cada dia o desafio de dar conta de todas as responsabilidades do trabalho, que aparecem sempre como excessivas.

No texto que segue, sobre o dono da empresa O Boticário, também logo de início somos apresentados a esse personagem: *"Você já ouviu falar de Miguel Krisgner? Este é o presidente de O Boticário, o gigante do setor de cosméticos com mais de 3200 lojas e que fatura mais de 5,5 bilhões."* Como comentamos, o sucesso de Miguel é o sucesso de sua empresa, que é apresentada como uma gigante, com um número de lojas muito grande e faturamento bilionário. Em outro ponto do texto, o enunciador volta a referir-se à empresa de maneira parecida: *"Mal pude acreditar no acaso que fez crescer essa potência"*, expressões que remetem ao êxito tanto do empresário quanto de seu empreendimento.

O último texto sobre o qual comentamos nos fala do empresário Horst Paulmann. Ele nos é apresentado como "um homem que não ri à toa", ou seja, que tem bons motivos para se sentir realizado, motivos esses que nos são apresentados no texto: as conquistas da empresa a qual comanda. Horst é mostrado como homem responsável pela empresa ser umas das maiores de seu setor: *"De aquisição em aquisição, o alemão naturalizado chileno Horst Paulmann consolida a Cencosud como uma das maiores varejistas do Brasil e da América Latina"*.

Temos, portanto, a representação de um perfil de trabalhador/empresário, como vimos na seção anterior, mas também temos muito presente a associação desse perfil a um território, que é o do sucesso, do êxito. Isso ocorre principalmente pelas posições de destaque que ocupam em suas empresas, já que, como comentamos, essa é a medida usada na atualidade para se mostrar que alguém

alcançou o sucesso. Nas palavras de Rolnik, é a demarcação do território da subjetividade luxo.

Essa maneira de ser perante a vida, um empreendedor de si mesmo, é apontada por outros autores como pertencente ao sucesso. Podemos dizer que essa é a subjetividade luxo em um âmbito além da empresa:

O que é ser bem sucedido? Essa é a questão que lembra uma outra: porque o sucesso se refere ao empreendedor? Ser bem-sucedido hoje, é poder inventar seu próprio modelo, desenhar sua unicidade, ainda que idêntica à de todos outros. Ser bem-sucedido é tornar-se si mesmo tomando-se alguém. (EHRENBERG, 2016, p. 50)

E quanto àqueles que não se encaixariam, segundo esses padrões, em uma subjetividade luxo, e que, portanto pertenceriam à subjetividade lixo? Rolnik nos diz que:

O kit vem acompanhado de uma poderosa operação de marketing que faz acreditar que se identificar com essas estúpidas imagens e consumi-las é imprescindível para que se consiga reconfigurar um território e, mais do que isso, que este é o canal para pertencer ao disputadíssimo território de uma subjetividade-elite. Isto não é pouca coisa, pois fora desse território corre-se o risco de morte social por exclusão, humilhação, miséria, quando não por morte concreta-, como uma célula morta do corpo coletivo. (ROLNIK, 2007, p.02)

Segundo as palavras da autora, os que não pertencem a esse território elite são excluídos, ignorados. Ou seja, mostrando esse único território ao qual vale a pena pertencer. Qualquer outro tipo de território, de acordo com o material que observamos, não é digno de ser representado, e muito menos de ocupar o espaço do sucesso. A única maneira de fazer sucesso é adequar-se a esse modelo aí demonstrado ou então será silenciado, não terá sequer a oportunidade de ser mencionado. Neste caso, não se “configurar um território” fará o indivíduo correr o risco de “morte por exclusão”. Segundo os textos que estamos avaliando, podemos pensar que há um apagamento daqueles que não pertencem a esse território, já que eles se esforçam em tentar mostrar recorrentemente a subjetividade luxo, e tudo aquilo que não se associa a esse território é apagado. Todos os personagens que aparecem estão relacionados ao êxito, já que têm funções importantes nas empresas, e todos os demais trabalhadores das empresas são apagados, eles não aparecem.

Além disso, o material não apresenta atividades que possam produzir reflexões sobre os textos, eles são usados somente para práticas de exercícios de gramática normativa e vocabulário. Teríamos então, por exemplo, a ideia de sucesso já bastante definida, ele é representado por todos esses empresários vistos. A língua é vista como mera representação e legitimação de uma ideia referente a sucesso, uma vez que não há questionamentos, e as ideias relativas ao sucesso se repetem. Acreditamos que há outras formas de ser bem-sucedido, já que essa ideia está diretamente relacionada à experiência individual.

Rolnik (2007) ainda toca em outro ponto que permeia a vida daqueles que já se encontram no território da “subjetividade luxo”:

A única permeabilidade entre os dois campos é, do lado de dentro, o perigo de cair para fora, na cloaca, as vezes irreversivelmente, que assombra a subjetividade e a deixa permanentemente agitada e ansiosa numa busca desesperada por reconhecimento; do lado de fora, a chance quase impossível de passar para dentro, se ganhar a taça do glamour. (ROLNIK, 2007, p. 3).

Assim sendo, há uma forte sensação de tensão para aqueles que conseguem ocupar esse desejado território, que é a frequente ameaça de não conseguir nele permanecer. Essa sensação se revela nos empresários que observamos, ocupantes desse território luxo. Estando em posições de destaque dentro das empresas, eles precisam lidar com as sensações de tensão e cansaço típicas de quem nele habita. Como já identificamos anteriormente, vemos que o trabalho excessivo, bem como a concorrência do meio empresarial, fazem com que os trabalhadores desse ambiente se mantenham em constante desafio para dar conta de todos os requisitos e conseguir manter-se nesse território de subjetividade luxo.

CONCLUSÃO

Neste trabalho nos interessamos pelo ensino-aprendizagem da língua portuguesa em um contexto de negócios. Tomamos como material de análise o material chamado “Portugués para negocios básico”, utilizado em um curso de português como língua estrangeira em Santiago do Chile.

No primeiro capítulo, fizemos um breve panorama dos estudos de línguas para fins específicos, e, também falamos sobre o caso do português como língua estrangeira. Vimos que, em Portugal e no Brasil, o ensino de línguas com fins específicos surgiu a partir de um curso destinado a formar negociantes, que previa o conhecimento de outros idiomas para essa formação. Essa relação do ensino de línguas com os negócios se mostrou interessante, uma vez que o material que analisamos trata justamente do âmbito empresarial. E assim vimos que essa especialidade já se dá há muito tempo.

Com relação à língua portuguesa, notamos a preocupação de alguns projetos em promovê-la como uma língua internacional, além de incentivar o estudo dela em diferentes países. A maioria dessas iniciativas do governo brasileiro, até o momento, se deram por meio do acordo Mercosul. Como esse bloco tem o português como um dos idiomas oficiais, propicia algumas iniciativas de incentivo ao estudo e formação de professores de português em outros países participantes do acordo, principalmente da Argentina. Porém, vemos em várias pesquisas que esse tipo de iniciativa ainda é escassa.

Baseamos nossa pesquisa no material didático usado durante aulas de português, em Santiago do Chile. No capítulo dois, procuramos fazer uma descrição desse material. Lá, vimos a natureza dos exercícios e textos que os alunos encontram durante o curso. Nossa descrição mostra que as atividades são insuficientes com relação aos gêneros que são pertinentes ao trabalho corporativo. Os alunos até chegam a se deparar com alguns gêneros de circulação de seu meio de trabalho, mas, na maioria das vezes, esses textos e atividades são tratados de maneiras artificiais, e fica evidente uma perspectiva de gramática normativa que o material apresenta. Na grande maioria das vezes, esse é o ponto mais importante que se destaca para a aprendizagem: aprender a língua como um sistema de regras gramaticais.

Mas o grande interesse dessa pesquisa se voltou para pensar esse material a partir das noções relativas ao executivo/empresário bem –sucedido que circulam nele. Na seleção dos textos que analisamos nesta pesquisa, os seis textos se caracterizaram por trazer o trabalhador das empresas. Existiam várias ideias que se repetiam nesse textos, uma delas era que sempre se tratava o personagem do texto como um empresário bem-sucedido.

Uma das contribuições vem de Maingueneau (2013) e as três cenas enunciativas: genérica, englobante e cenografia. Propusemo-nos a ver de que forma poderíamos caracterizar cada uma delas em nossos textos. Constatamos que poderíamos pensar essas três cenas a partir de duas perspectivas diferentes: uma delas que visava ao conteúdo didático, que procura ensinar a língua portuguesa, e outra, que colocava em circulação um modo de ser do empresário bem-sucedido. Portanto, realizamos a análise levando em consideração essas duas perspectivas. Num primeiro momento, observando os textos da rotina de Manuel Gonçalves e seus colegas de trabalho, e a rotina de Paulo Nigro, apontamos que teríamos uma aula de português, que usava como cenografia relatos de empresários de sucesso sobre sua rotina. E, em seguida, nos debruçamos sobre o outro viés, aquele que trataria de legitimar um modelo de empresário bem-sucedido. Dessa vez, a aula de português serviria apenas como cenografia, com a qual o aluno se confrontaria primeiramente. Considerando que esse aluno é também um trabalhador corporativo, com a repetição de uma maneira de ser e agir salientada pelos textos, esse material configuraria um manual para se alcançar o sucesso. Como se o indivíduo que pudesse reproduzir as condutas narradas naqueles textos, chegaria a ser, também, um empresário bem-sucedido.

Com essa primeira reflexão, continuamos pensando sobre esse modelo de sucesso configurado pelo material didático. Para a análise, voltamo-nos para o manual e observamos outros quatro textos, que obedeciam ao critério de ter o personagem empresário/executivo. Dessa maneira, incorporamos à nossa pesquisa mais quatro textos: o relato de Sérgio Carvalho sobre os pontos positivos e negativos de seu trabalho, a reportagem “Eles viajam sempre, mas nunca tiram férias”, o texto “A história de O Boticário”, e “Este homem não está rindo à toa”.

Para uma análise desse modelo de empresário bem-sucedido nos ancoramos nas leituras sobre produção de subjetividade e neoliberalismo. O neoliberalismo nos ajudou a pensar sobre o modo de trabalhar que se estabeleceu nas últimas

décadas. Com um forte chamado à ideia de liberdade dos mercados, à flexibilidade, essa tendência chega até várias esferas da vida social. Foi através desse sistema que se deu, de acordo com Michel Foucault, o aparecimento de um *homo economicus*, que seria o homem da empresa e da produção. Surge assim, uma nova relação do indivíduo com seu trabalho. Porém, essas noções não ficam restritas ao ambiente laboral, e acaba chegando até outras áreas da vida.

De acordo com Gaulejac (2007) e Foucault (2008), há uma multiplicação da ideia de indivíduo gestor, que antes era restrita ao trabalho, e, agora, passa a ocupar os mais diversos campos da vida. Essa ideologia acaba tornando a vida um recurso a ser gerenciado da melhor maneira possível.

O neoliberalismo acaba afetando também o sistema educacional. Há uma tendência no sentido de que a educação sirva apenas para conseguir um emprego, ou conseguir uma posição melhor no mercado de trabalho. O perigo é enxergar a educação dessa maneira, como se ela se esgotasse nessa única função. Essa mesma ideia pode ser vista nas escolas, mas também nos cursos de idiomas, que são muitas vezes promovidos com esse fim.

Levando em consideração as ideias neoliberais que impactam diretamente os modos de existência tanto no trabalho como fora dele e, também, a produção de subjetividade, que se dá a partir desse tipo de influência, resolvemos observar em nosso material como se dá a produção de subjetividade. Isso, com o propósito de ver como se cria a imagem do empresário/executivo bem-sucedido.

Para isso, observando a seleção dos seis textos já citados, nos demos conta de que eles poderiam ainda ser agrupados em três categorias: a rotina, as tensões do trabalhador executivo e a relação do empresário com sua empresa. Então, fizemos considerações sobre a produção de subjetividade com relação a esses três campos, além de uma quarta categoria que busca comentar outros pontos em comum entre os textos. Teríamos, assim, a produção de subjetividade de um empresário/executivo de sucesso a partir dessas quatro categorias de análise.

Com relação à primeira categoria, a rotina do empresário, observamos uma tendência a organizar as atividades de seu dia a dia. Os compromissos pessoais e profissionais desses indivíduos são sempre inúmeros, e é possível depreender o quanto a gestão na vida diária é importante para que eles possam dar conta de todas as suas atividades. Também percebemos que, para esses homens, conseguir organizar a vida, é uma forma de evitar tensões. Inclusive, refletimos que, com

tantas atividades a serem planejadas e executadas, é difícil sobrar algum tempo para uma reflexão sobre como esses personagens se sentem com relação às suas vidas.

O seguinte ponto se refere às tensões na vida do empresário/executivo. Essa categoria de análise nos indicou que esses indivíduos acabam levando uma vida permeada pelas tensões causadas pelo trabalho que exercem. Nos textos, relata-se que eles costumam ter uma carga de trabalho muito grande, além de precisarem realizar várias viagens a trabalho. Percebemos que há uma naturalização com relação ao fato de esses indivíduos estarem sempre ligados ao trabalho, sem parecerem ter direito a uma vida pessoal. Isso acaba sendo visto como normal, faz parte do trabalho que realizam. Também percebemos um contraste com relação à primeira categoria de análise, uma vez que nos dois textos sobre rotina, embora o trabalho fosse excessivo, os personagens ainda conseguiam manter uma vida fora da empresa, sem tensão. Esse fato só foi possível porque eles eram ótimos gestores da própria vida. Ficamos, então, com o questionamento de que se esses últimos textos, que sim relatam essa tensão, se deve ao fato de que esses empresários/executivos não são tão bons gestores de si mesmos, eles ainda não aprenderam a organizar a sua vida de acordo com as demandas que lhes são exigidas. Desse questionamento, notamos que a culpa pelas tensões é um problema pessoal, são esses indivíduos que não sabem lidar com as tensões, não sabem se organizar. Não há uma reflexão de por que se vive em uma lógica em que é perfeitamente aceitável que as empresas demandem uma carga de trabalho excessiva aos funcionários.

A seguir, observamos a relação do dono com sua empresa. O ponto que se mostra forte nos dois textos é a relação quase inseparável entre a empresa e seu dono. Percebemos isso devido aos dois textos mesclarem fatos da empresa com fatos sobre os empresários donos delas. No fim, não se sabe se o objetivo é falar sobre o dono ou sobre a empresa, já que as informações se misturam durante os relatos. Outra tendência é que esses homens, donos das empresas, são mostrados como os únicos responsáveis pelo crescimento delas. Nos relatos são apagadas outras pessoas que provavelmente contribuíram nesse percurso, ficando o mérito atribuído somente ao dono especificamente.

Como último ponto, fizemos uma retomada desses seis textos para ver ainda outros pontos em comum. Percebemos, que podemos intuir que todos esses

indivíduos vivem à base do desafio. Para todos eles, de diferentes maneiras, é preciso se desafiar para conseguir dar conta do trabalho, ter uma vida pessoal ou conseguir manter sua empresa no topo.

Uma última reflexão nos levou a pensar sobre os territórios que se apresentam em nosso material. Nessa direção, apoiamos-nos nas reflexões de Rolnik (2007) sobre “subjetividade luxo e lixo”. Sendo assim, esses empresários citados em nosso corpus, são sempre demarcados como pertencendo a uma “subjetividade luxo”, uma vez que, nos relatos, há sempre associações desses personagens a empresários bem-sucedidos.

De acordo com as análises e observações apresentadas nessa pesquisa, vimos que o material didático em questão, traz uma concepção de língua portuguesa para fins de negócio baseada principalmente em um sistema de regras, em que a língua é vista como algo descolado do contexto. Inclusive nos textos que compuseram nosso corpus notamos a presença de um enunciador que marca expressões gramaticais nos textos, ou, outras vezes, eles são trabalhados como exercícios de preenchimento de lacunas. Essa visão acaba apagando os verdadeiros sentidos dos textos em questão e os transforma em palavras, frases que precisam somente obedecer às regras gramaticais para fazer sentido. Mas acreditamos que a grande contribuição desse trabalho se deu ao analisarmos justamente outro ponto: como esse material, a partir dos textos analisados, acaba contribuindo para outro tipo de formação: a ideológica. Ou seja, temos a demarcação do território do empresário bem-sucedido, como é preciso ser e agir para poder se tornar também um deles. É preciso se adequar a esse modelo, caso se queira ser reconhecido como indivíduo que alcançou o sucesso.

Como professores e pesquisadores, todas as reflexões realizadas durante essa pesquisa nos foram muito frutíferas. Por um lado, como atuantes no ensino do português como língua estrangeira e de fins específicos, as leituras acerca do ensino de línguas e o olhar para o material didático com o qual trabalhamos, nos ajudaram a sermos melhores profissionais e enxergar novas maneiras de preparar as aulas, produzir material didático, e ter um olhar crítico para os materiais com os quais trabalhamos. Outro ponto que nos tocou profundamente foram as ideias em relação à produção de subjetividade. Nesse trabalho, tratamos da subjetividade “gestora de si mesmo”, o que nos fez perceber como ela age também em vários outros campos da vida, e como ela é verdadeiramente atuante em nossa sociedade.

Em vários discursos percebemos, dentre outras coisas, a nossa relação com o tempo, quase sempre conflituosa, já que precisamos viver no limite para dar conta de tudo o que nos é pedido. Além disso, há também um sentimento de ansiedade, gerado pela instabilidade alimentada pelo neoliberalismo. O que também nos parece muito interessante é refletir sobre os territórios “luxo” e “lixo” produzidos para diferentes campos da vida humana, onde a produção de subjetividade atua no sentido de produzir modelos a serem reproduzidos.

REFERÊNCIAS

AGUIRRE BELTRÁN, Blanca. La enseñanza del español con fines profesionales. *Vademécum para la formación de profesores*, SGEL, p. 1109-1128, 2004.

ALARCÓN, Yeris; CURADELLI, Alicia; NETO, Francisco; GONZALEZ, Verónica. As Línguas do ABC: o antes e o depois do Mercosul na história do ensino de PLE na Argentina e no Chile e de ELE no Brasil. *Revista Siple*, Brasília, maio, 2013.

ANDERSON, Perry. Balanço do neoliberalismo. In: SADER, Emir & GENTILI, Pablo (Org.). *Pós neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado democrático*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995. p. 09-23.

ASSIS-PETERSON, Ana Antônia; COX, Maria Inês Pagliarini. O inglês em tempos de globalização: para além do bem e mal. *Calidoscópico*, v. 5, n. 1, p. 5-14, jan./abr 2007.

BUSHNELL, Davis. "Demand for Multilingual Workers Growing. Trend mirrors Growth of Immigrant Communities", Bostonworks.com, The Boston Globe, 2004. Disponível em: <http://bostonworks.boston.com/globe/articles/020804_language.html>. Acesso em: 10 abr. 2017.

CARVALHO, Simone da Costa. Políticas de promoção internacional da Língua portuguesa: ações na América Latina. *Trabalhos de Linguística Aplicada*, Campinas, v. 51, n. 2, p. 459-484, jul./dez. 2012.

CELANI, Maria Antonieta Alba. *A retrospective view of an esp teacher education programme*. *The Specialist*, São Paulo, v. 19, n. 2, 1998. EDUC.

_____. *The Brazilian ESP Project: an evaluation*. São Paulo. EDUC, 1988.

CONTURSI, María Eugenia. Política y planificación lingüística en los primeros 10 años del Mercosur: el portugués en Argentina, *Revista SIGNOS ELE*, n.6, 2012. Disponível em: <<http://www.salvador.edu.ar/sitio/signosele/>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

CRISTOVÃO, Vera Lúcia Lopes. *O uso de L1 no ensino/aprendizagem de L2: o real X o possível*. 1996. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada ao Ensino de Línguas) - Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 1996.

DELEUZE, Gilles. *Empirismo e subjetividade: ensaio sobre a natureza humana segundo Hume*. Tradução de Luiz. L. Orlandi. São Paulo: Ed.34, 2001.

_____; GUATTARI, Félix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*, v.1. Rio de Janeiro: Ed.34, 1995.

DICIO (Dicionário online de português). Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/aurelio-2/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

DINIZ, Leandro Rodrigues Alves. *Mercado de línguas: a instrumentalização brasileira do português como língua estrangeira*. 2008. Dissertação (Mestrado) - Instituto dos Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2008.

EHRENBERG, Alain. *O Culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Tradução de Pedro Bendassolli. Aparecida: Ideias & Letras, 2010.

FOUCAULT, Michel. *A Ordem do discurso*. Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 19. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

_____. *Nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FREITAS, Márcia. *Expansão da China pode salvar língua portuguesa em Macau*, BBC Brasil.com, 28 de Outubro, 2004. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2004/10/041028_macauportugu esmp.shtml>. Acesso em: 13 dez. 2017.

GALITO, Maria Sousa. *Impacto económico da língua portuguesa enquanto língua de trabalho*. 2006. Tese (Doutorado) - Instituto de Estudos Políticos, Universidade Católica Portuguesa, 2006. p.1-97.

GAULEJAC, Vincent de. *Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social*. São Paulo: Ed. Idéias e Letras, 2007

GENTILI, Pablo. Neoliberalismo e educação: manual do usuário. In: SILVA, Tomas Tadeu da; GENTILI, Pablo. (Org.). *Escola S.A.: quem ganha e quem perde no mercado educacional do neoliberalismo*. Brasília, DF: CNTE, 1996. p. 9-49.

GOMES DE MATOS, Francisco. Quando a prática precede a teoria: a criação do PBE. In: *O ensino de português para estrangeiros: pressupostos para o planejamento de cursos e elaboração de materiais*. Campinas: Pontes, 1989. p. 11-17.

GUATTARI, Félix ; ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1999.

GUIMARÃES, Anselmo. A língua espanhola na formação comercial do Brasil (1905-1931). *Interfaces Científicas – Educação*, Aracaju, v.4, n.3, p. 51- 60, 2016.

GUIMARÃES, Renata Mourão. O ensino de línguas para fins específicos (ELFE) no Brasil e no mundo: ontem e hoje. História do ensino de línguas no Brasil. *Revista HELB*, Ano 8, n. 8, 2014. Disponível em: <<http://www.helb.org.br/index.php/revista-helb/ano-8-no-8-12014/227-o-ensino-de-linguas-para-fins-especificos-elfe-no-brasil-e-no-mundo-ontem-e-hoje>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

HUTCHINSON, Tom ; WATERS, Alan. *English for specific purposes: a learning-centred approach*. Cambridge University Press, 1987.

INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira). Disponível em: <<http://celpebras.inep.gov.br/inscricao/>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

MAINGUENEAU, Dominique. *Cenas da enunciação*. Sírio Possenti, Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva (Org.). São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

_____. *Análise de textos de comunicação*. Tradução de Maria Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. 6. ed. ampl. São Paulo: Cortez, 2013.

_____. *Discurso e análise do discurso*. Tradução de Sírio Possenti, 1. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

MANGUEIRA, Mauricio. *Microfísica das criações parciais: pensamento, subjetividade e prática a partir de Nietzsche e Deleuze*. Sergipe: EDUFS / F. Oviêdo Teixeira, 2001.

MARTINS, Carlos José. Utopias e heterotopias na obra de Michel Foucault: pensar diferentemente o tempo. In: RAGO, Margareth; ORLANDI, Luiz; VEIGA NETO, Alfredo (Org.). *Imagens de Foucault e Deleuze: ressonâncias nietzschianas*. Rio de Janeiro: DP & A. 2002.

MIRANDA, Luciana Lobo; SOARES, Leonardo Barros. Produzir subjetividades: o que significa? *Estudos e Pesquisas em Psicologia* (Online), v. 09, p. 40-60, 2009.

MORO, Cibele Vargas Machado; AMADOR, Fernanda Spanier. O trabalho da gestão: notas sobre poder e subjetividade. *Revista Psicologia- Organizações e Trabalho*, v. 15, p. 201-211, 2015.

MUSSALIN, Fernanda. Análise do discurso. In: _____; BENTES, Ana Christina. *Introdução à linguística: domínios e fronteiras*. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

PACHECO, Denise Gomes Leal da Cruz. *Português para estrangeiros e os materiais didáticos: um olhar discursivo*. 2006. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *A linguagem e seu funcionamento: as formas de discurso*. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 2001.

RAMOS, Rosinda de Castro Guerra. Instrumental no Brasil: a desconstrução de mitos e a construção do futuro. In: FREIRE, M.; VIEIRA-ABRAHÃO, M. H.; BARCELOS, A. M. F. (Org.). *Linguística aplicada e contemporaneidade*. Campinas, SP: Pontes, 2005.

RAMOS, Rosinda de Castro Guerra. ESP in Brazil: history, new trends and challenges. In: KRZANOWSKI, M. (Ed.). *English for academic and specific purposes in developing, emerging and least developed countries*. Canterbury, Kent: IATEFL, 2008. Disponível em: <http://www.teachingenglish.org.uk/sites/teacheng/files/ESPBrazil_Ramos_.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2017.

ROCHA, Décio. Cartografias em análise do discurso: rearticulando as noções de gênero e cenografia. In: *D.E.L.T.A.*, v. 29, n.1, p.135-159, 2013.

_____. Produção de subjetividade: a lição de O homem que copiava. *DELTA*, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 97-126, 2007.

ROJO, Roxane (Org.). *A prática de linguagem em sala de aula: praticando os PCNs*. São Paulo: EDUC; Campinas: Mercado de Letras, 2000.

ROLNIK, Suely. A vida na berlinda: como a mídia aterroriza com o jogo entre subjetividade-lixo e subjetividade-luxo. *Revista Trópico*, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/1338,1.shl>>. Acesso em: 23 jun.2017.

SAVEDRA, Mônica. O Português no Mercosul. In: *Caderno de Letras da UFF- Dossiê - Difusão da Língua Portuguesa*, n. 39, p.175-184, 2009.

TELES, Thadeu Vinicius Souza. *O papel do ensino de língua inglesa na Formação do Perfeito Negociante (1759-1846)*. 2012. Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade Federal de Sergipe, 2012.

TÓTORA, Silvana. Foucault: biopolítica e governamentalidade neoliberal. *Revista de Estudo Universitários*, Sorocaba. v. 37, n. 2. p. 81-100, 2011. Disponível em: <<http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php/reu/article/view/646>>. Acesso em: 23 jun. 2017.

VIAN Júnior, Orlando. *O planejamento de cursos instrumentais de produção oral com base em gêneros do discurso: mapeamento de experiências vividas e interpretações sobre um percurso*. 227 f. 2002. Tese. (Doutorado) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2002.

WOOD JR., Thomaz; PAULA, Ana Paula Paes de. Pop-management: contos de paixão, lucro e poder. *Organ. Soc.* [online]. 2002, v.9, n.24, p.39-51. 2002. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S1984-92302002000200003>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

ZOPPI-FONTANA, Mônica Graciela. *A língua brasileira no Mercosul.: instrumentalização da língua nacional em espaços de enunciação ampliados*. Projeto de pesquisa referente à solicitação de Bolsa PQ/CNPq, edital CA 10/2004. Campinas: IEL/Unicamp, 2004.

_____; DINIZ, Leandro Rodrigues Alves. Declinando a língua pelas injunções do mercado: institucionalização do Português Língua Estrangeira (PLE). *Estudos Linguísticos*, São Paulo, v. 37, n. 3, p. 89-119, set.-dez., 2008. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/acervocelpebras/arquivos/textos-publicados/fontana-alves>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

ANEXO A – Reglas del Curso de Portugués



San Sebastián 2839 of 609
Las Condes -Santiago, Chile
Tel:(56 - 2) 27936560
www.culturabrasil.cl

Estimado Alumno(a):

Le damos la bienvenida al programa de portugués en Cultura Brasil, el cual esperamos disfrute y cumpla con sus expectativas.

Nuestro equipo está a su disposición para ayudarle y colaborar en consultas e inquietudes.

Luciene Barbosa: Directora Académica
e-mail: lbarbosa@culturabrasil.cl

Renata Sampaio: Directora Comercial
e-mail: rsampaio@culturabrasil.cl

Fernanda Camargo: Coordinadora Académica
e-mail fcamargo@culturabrasil.cl

Francisca Colina: Asistente Académica
e-mail: fcolina@culturabrasil.cl

METODOLOGIA CULTURA BRASIL

- ***Nuestros cursos están diseñados con una Metodología Comunicativa.*** Las clases son dinámicas, realizadas en el idioma estudiado, integrando conversación, léxico (vocabulario) y estructura gramatical, permitiendo adquirir conocimientos de manera entretenida, gradual y segura.
- ***Mayor énfasis a la conversación.*** Alumnos aprenderán conceptos gramaticales generales para aplicar en sus diálogos. En el aprendizaje es más efectivo hablar en el idioma que hablar acerca del idioma.
- ***Siempre hablar el idioma estudiado en clase sin traducciones.*** Para aprender un idioma, la traducción no resulta una buena herramienta. Los alumnos deben aprender a pensar en el idioma que están conociendo y para esto, nuestros profesores facilitarán el proceso.

Reglas del Curso de Portugués

A continuación, detallamos una serie de consideraciones y requisitos que deben tener presente y cumplir durante el desarrollo del curso para lograr un óptimo desempeño, y por lo tanto cumplir con los objetivos de la actividad.

Estructura del curso:

- El curso de Portugués tiene un total de 45 horas.
- El curso contempla 4 evaluaciones escritas y 4 evaluaciones orales.
- Todos los cursos tienen fecha de inicio, término y expiración.

Materiales:

- El material del curso, será entregado al alumno en el primer día de clase.

Evaluaciones:

- El curso contempla una evaluación después de cada unidad (4 unidades), cada 6 clases aproximadamente, estas evaluaciones serán distribuidas de la siguiente forma;

Evaluaciones	Evaluación Escrita	Evaluación Oral	Porcentaje Total
Evaluación I	50%	50%	100%
Evaluación II	50%	50%	100%
Evaluación III	50%	50%	100%
Evaluación IV	50%	50%	100%

Evaluaciones N° 1, 2, 3 y 4: Se realizará una evaluación escrita con una ponderación del 50%, una evaluación oral de un 50% cada una.

- Se debe asistir a las evaluaciones orales y escritas cuyas fechas se acordarán entre alumnos y profesores por anticipado. En caso de ausencia por motivos de fuerza mayor, el alumno deberá rendir su prueba dentro de los siguientes 10 días hábiles acordando con su profesor fecha, horario y lugar. Pasado ese plazo, pierde la posibilidad de rendir la prueba, la cual se promediará en su planilla de calificaciones con un "1" (uno).

**Disciplina:**

- Para cumplir con el programa es importante la puntualidad de los participantes, evitar las interrupciones y que los participantes traigan sus materiales a todas las clases.

Tareas:

- El alumno debe realizar todas las tareas para aprovechar mejor el curso.

Asistencia y Aprobación:

- Para la aprobación del curso, el alumno debe contar con una asistencia igual o superior a 80% y tener un promedio igual o mayor a 80 puntos en una escala de 0 a 100.

Cancelación y recuperación de clases:

- La suspensión de clases se debe realizar llamando al Instituto al teléfono **27936560**, antes de las 17:00 horas del día hábil anterior a la clase, para que ésta pueda ser recuperada, de lo contrario se tomará como clase realizada. Estas modificaciones deben hacerse exclusivamente con la Administración y nunca con el profesor, a fin de proteger tanto al alumno como al profesor de una posible confusión de horarios.

Las clases canceladas no tienen derecho a recuperación y las clases suspendidas se deben recuperar dentro del mismo mes.

- Nota: El término del curso no podrá sobrepasar los 15 días desde la fecha de término estimada en el programa entregado al principio del curso. Superado este plazo el curso se dará por terminado.

Contactos: Si durante el curso los alumnos tienen algún reclamo, sugerencia u observación, pueden contactarnos llamando al **27936560** o enviar un correo a lbarbosa@culturabrasil.cl. Como Instituto, debemos atender a todas las necesidades e inquietudes de nuestros alumnos en un tiempo oportuno para garantizar un aprendizaje efectivo.

“SEJAM BEM-VINDOS AO INSTITUTO CULTURA BRASILI”

ANEXO B – Sumário do material “Português básico para negócios”



SUMÁRIO

Módulo 1: Bem-Vindo ao Brasil	9
Cumprimentos e Despedidas	10
Apresentação Pessoal	12
Módulo 2: Agenda e Profissões	14
Profissões	16
Datas	18
Módulo 3: De Onde você é?	21
Módulo 4: Rotina	28
Que horas são?.....	31
Hora do Cafezinho	37
Módulo 5: O que é isto? Artigos: parte I	38
Empresas Brasileiras	41
Feminino ou Masculino? Artigos: parte II.....	43
Visitando uma empresa no Brasil	44
Hora do cafezinho: A linguagem corporal brasileira.....	45
Atividades Complementares	47
Músicas brasileiras.....	54
UNIDADE 2	
Módulo 1: Grandes Empresas	59
Pretérito Perfeito	60
Apresentando uma Empresa.....	61
Módulo 2: Experiências Passadas	62
Preposições	64
A História das Havaianas	69
Módulo 3: Falando em experiências passadas	71
Preposições	72
Módulo 4: Ligações Telefônicas	76
Módulo 5: Pronomes possessivos	79
Módulo 6: E-mails e correspondências	83
Hora do cafezinho: Estrangeiros avaliam executivos de Brasil	89
Atividades Complementares	92
Músicas brasileiras.....	98
Módulo 3: Falando em experiências passadas	71
Preposições	72
Módulo 4: Ligações Telefônicas	76
Módulo 5: Pronomes possessivos	79
Módulo 6: E-mails e correspondências	83
Hora do cafezinho: Estrangeiros avaliam executivos de Brasil	89
Atividades Complementares	92
Músicas brasileiras.....	98
UNIDADE 3	
Módulo 1: Reuniões de Negócios	101
Módulo 2: Pelo mundo	103
Módulo 3: Viagens de lazer e/ou de negócios	106
Comparativos - Superlativos	112
Módulo 4: Jantar ou almoço de negócios	114
Módulo 5: As Empresas e a Responsabilidade Social - Pretérito Imperfeito do Indicativo	119
Tudo e Todo.....	125
Atividades Complementares	127
Músicas brasileiras.....	137
UNIDADE 4	
Módulo 1: Meio Ambiente	139
Módulo 2: O Brasil em 2020 - Futuro do Indicativo	141
E amanhã, como será?	142
Módulo 3: Fazendo uma compra	146
Módulo 4: Serviços Bancários e Salário Mínimo	148
Módulo 5: Vamos de Metrô?	151
Hora do cafezinho: História da moeda brasileira	154
Atividades Complementares	155
Músicas brasileiras.....	164
ANEXOS	
Fonética	166
Profissões	167
Países e nacionalidades	168
Pronomes Possessivos	169
Verbos	170

ANEXO C – Rotina de Manuel Gonçalves e seus colegas de trabalho

a | Vamos conhecer a rotina de Manuel Gonçalves e seus colegas de trabalho.

Manuel Gonçalves é um empresário bem sucedido no Brasil. Ele é do Rio de Janeiro, onde **trabalhA** e **morA** com sua família. Ele **acordA** muito cedo, **tomA** café da manhã com sua esposa e filhos e **SAI** para andar na orla de Ipanema, no Rio de Janeiro.



Depois de sua caminhada, Manuel **VAI** de carro ao escritório escutando as notícias do jornal. Ele **trabalhA** em uma empresa de exportação de matérias primas na zona industrial do Rio de Janeiro e **TEM** muitos colegas, pois no total sua empresa **TEM** 50 executivos com cargos de nível superior que **trabalhAM** com a gestão, manutenção e operações da empresa. O horário de trabalho de Manuel é muito longo, **começA** a trabalhar às 8h00 e **terminA** às 18h00. Ele e seus amigos **SAEM** para almoçar às 12h30 e **retornAM** às 14h00. Eles almoçam em algum restaurante perto da empresa. Durante o almoço é muito comum que Manuel e seus amigos falem de negócios e questões relacionadas com o trabalho. Manuel **viajA** mais ou menos duas vezes por mês, normalmente aos Estados Unidos e à China. Muitas vezes Manuel também **viajA** pela América do Sul, por isso **estudA** espanhol três vezes por semana. Quando **voltA** para casa à noite ele **jantA** com sua família, **assistE** à televisão, **conversA** com sua esposa e **brincA** com seus filhos. Nos fins de semana eles **VÃO** a diferentes praias no litoral carioca, ele também **gostA** de jogar futebol com seus filhos ou com os colegas do trabalho. Nos feriados, Manuel **gostA** de viajar com sua família e levá-los a conhecer outros lugares magníficos do estado do Rio de Janeiro, terra que ama e onde pretende morar por muito tempo. Agora **conhecEMOS** (a gente **conhecE**) melhor Manuel Gonçalves.

Thiaao Noaueira

ANEXO D – Entrevista com Paulo Nigro para o programa mundo da publicidade



h | VÍDEO¹: “Presidente conta como é a sua rotina de trabalho na Tetra Pak”. Responda as questões oralmente:

- O que o presidente da Tetra Pak faz para administrar seu tempo?
- Onde surgiu a empresa Tetra Pak?
- Qual é o ramo de atuação da Tetra Pak?
- Qual é a maior preocupação da empresa?
- Que tipo de serviço a empresa oferece?



Transcrição da entrevista:

Entrevistador: Voltamos com Paulo Nigro que é o presidente da Tetra Pak. Paulo como que é o seu dia-a-dia, porque você além de ser presidente da Tetra Pak, é vice-presidente das Américas e América do Sul, não é, como conciliar seu tempo pra tocar tudo isso?

Paulo: Poxa, dá pra você mudar a pergunta, faz uma pergunta mais fácil (risos). É um desafio muito grande, porque eu tenho que conciliar também com o horário da Europa, porque eu tenho uma interação muito grande com a Europa, e nós estamos cinco horas pra trás, nesse momento 5 horas pra trás. Então eu tenho que tá ligado na Europa e tenho que tá ligado também nos mercados, da América do Sul, da costa do Pacífico que estão há duas horas, três horas pra trás. Então existe aí um spam aí de 8 horas que tem que ser administrado com o exterior.

Entrevistador: Tá faltando hora no seu dia aí.

Paulo: Não, mas sabe, eu aprendi uma coisa, eu acho que a gente precisa se planejar, então o que eu procuro fazer, eu acordo cedo, eu chego cedo no escritório todos os dias, e aí eu procuro dá aquela olhada no e-mail. Eu decidi há um tempo atrás não ser escravo do e-mail, isso mudou minha vida, eu antes ficava frustrado porque eu recebo muitos e-mails por dia e tentando responder você não consegue... você não consegue ler três livros por dia, né, então hoje eu uso o e-mail a meu favor. E sou bastante seletivo e as pessoas que me mandam e-mail e veem que a resposta não vem passam a mão no telefone e me ligam. Já se habituaram com isso. Então, essa é uma dica boa que eu quero dá pra turma que tá aí assistindo porque funciona. A gente também com isso força um pouco o contato direto, o relacionamento não fica virtual, porque estamos tendendo muito a isso na era do

facebook e tudo né. Número um. Número dois como eu disse planejamento, por quê? Porque eu gosto muito de ir para cliente. Eu gosto muito de estar na rua, eu não acredito em pilotar da cadeira do escritório, eu acredito na ação. Então eu diria pra você que do meu tempo 50% do meu tempo eu passo viajando, 50% na base, e quando eu tô na base, eu tô com meu pessoal no cara-a-cara, eu prefiro fazer isso. E você tem os momentos de aeroporto, você tem os momentos ali, aqueles pontos mortos que dá pra trabalha no e-mail e aí sim usar o e-mail a seu favor pra poder planejar, usa o e-mail pra poder mandar uma mensagem importante pra equipe e assim por diante, não é, no mais, eu tenho conseguido aloca tempo pro meu esporte, que eu acho que é fundamental pra mante o equilíbrio. Eu sei que você é um atleta.

Entrevistador: (risos) Paulo é um grande jogador de tênis.

Paulo: Grande porque eu tenho 1 metro e 84. Mas eu gosto muito do tênis, do esporte porque isso me mantem em equilíbrio e me mantem socializando com pessoas também fora do mundo da empresa, pra que você mantenha a cabeça arejada. E também procuro alocar tempo pra minha prática cristã que eu acho que também é importante pra buscar o outro lado da moeda né. O lado que tira a gente um pouquinho desse plano e coloca a gente também no que tá lá em cima.

ANEXO E – Relato de Sérgio Carvalho

2. Complete o texto com os verbos indicados no tempo Presente e depois responda às perguntas.

Meu nome _____ (**ser**) Sérgio Carvalho, _____ (**trabalhar**) para uma empresa de telecomunicações do exterior, com sede na Alemanha.

_____ (**ser**) o representante da empresa no Brasil. Minhas principais funções _____ (**ser**) visitar os clientes, enviar relatórios à sede descrevendo o desenvolvimento das atividades e realizar a comunicação entre nossos colaboradores do Brasil e da América Latina com a Alemanha.

Eu _____ (**gostar**) muito do meu trabalho porque é dinâmico e me _____ (**permitir**) conhecer pessoas de diversos lugares. Mas, como tudo na vida, também há pontos negativos. Meu trabalho, às vezes, _____ (**ser**) cansativo devido às viagens que _____ (**fazer**). Além disso, nunca _____ (**gostar**) de estar longe da minha família, o que em alguns casos _____ (**acontecer**) por vários dias.

Quando _____ (**viajar**) dentro do país, _____ (**tentar**) voltar o mais rápido possível, porém, como o Brasil é um país muito grande, isso nem sempre _____ (**ser**) possível. Em alguns casos _____ (**conseguir**) voltar para casa mais rápido das viagens internacionais que das viagens nacionais!

Na minha opinião, viajar pelo Brasil _____ (**ser**) muito bom, mesmo com as longas distâncias. O país _____ (**ser**) muito diversificado e cada região _____ (**ter**) algo diferente a oferecer, _____ (**gostar**) de experimentar a culinária de cada lugar e sempre _____ (**tentar**), entre uma reunião e outra, sair para passear pela cidade e conhecer os pontos turísticos e as paisagens naturais. Só seria melhor se, ao invés de viajar tanto a trabalho, eu pudesse viajar mais a passeio e em companhia da minha família!

ANEXO F – Reportagem “Eles viajam sempre, mas nunca tiram férias”

f | Leia o texto.

TEXTO: ELES VIAJAM SEMPRE, MAS NUNCA TIRAM FÉRIAS

Mesmo quando estão de "papo pro ar", eles continuam ligados à empresa por celular ou e-mail

Embora reconheça que tirar férias regularmente contribui para melhorar a qualidade de vida, a maioria dos executivos entende que ficar até 30 dias "**de papo pro ar**", conforme determina a legislação trabalhista brasileira, é uma regalia que está **fora de cogitação**. Para "**curtir**" o **lazer** ao lado da família, a maioria "**estica**" alguns dias em feriados ou nos períodos de férias escolares, mas nada que ultrapasse uma semana. Alguns aproveitam as viagens de negócios

para ficar uma semana com a esposa e filhos. Mas engana-se quem pensa que a semana adicional é de puro lazer. Munidos de *laptops*, esses executivos mantêm-se ligados diariamente à empresa. Isso faz com que eles percam parte considerável do tempo "das férias" para responder ou encaminhar *e-mails*.

Aos olhos de quem vê os executivos viajando de um lado para o outro parece haver uma combinação entre trabalho e lazer de luxo. Porém, para que alguém saia do ritmo normal e comece a descansar de verdade são necessárias duas semanas, conforme explicou à revista "Exame" o professor de Fisiologia Gilberto Xavier, do Instituto de Biociências da Universidade de São Paulo. Por isso, não é correto afirmar que o executivo aproveita as viagens de negócio para relaxar e desfrutar do convívio da família. De acordo com o professor, se nesse período ele continuar ligado à empresa pelo celular ou por *e-mail*, o resultado fisiológico é o mesmo de não ter tirado férias.

A justificativa para não tirar férias é a carga de trabalho, que costuma ser do tamanho - ou maior - da responsabilidade do executivo. Como se não bastasse, existe também uma dependência psicológica. O pesquisador José Roberto Leite, da Universidade Federal de São Paulo, explica que há profissionais que não suportam a ideia de não fazer nada. "Em geral, são ótimos para organizar empresas, mas péssimos para organizar a vida pessoal", disse à "Exame".

De acordo com agências de viagens especializadas em viagens executivas, cresce o número de executivos que procura conciliar viagens de negócios com lazer. Em outras palavras: as profecias do sociólogo italiano Domenico De Masi de que a qualidade de vida seria a preocupação primordial da sociedade e de que as pessoas não aceitariam tarefas que as impedissem de viver bem parece estar distante do mundo corporativo.

Fonte: <http://www.crasp.com.br/jornal/jornal216/not1.html>

ANEXO G – Texto sobre “A história de O Boticário”

a | Complete o seguinte texto com os verbos no pretérito imperfeito do indicativo.

A história de O Boticário

Você já ouviu falar de Miguel Krisgner? Este é o presidente de O Boticário, o gigante do setor de cosméticos com mais de 3.200 lojas e que fatura mais de R\$ 5,5 bilhões. Mal pode acreditar no acaso que fez crescer esta potência.

Krisgner (1) _____ (**estar**) em São Paulo visitando fornecedores com um amigo que (2) _____ (**ir**) levá-lo à rodoviária. Mas antes resolveram passar na Gessy Lever para seu amigo resolver um pequeno problema.

Enquanto (3) _____ (**aguardar**) na recepção, um senhor puxou assunto perguntando o que ele (4) _____ (**fazer**). Krisgner disse que (5) _____ (**trabalhar**) com cosmética e o homem que coincidentemente (6) _____ (**ser**) vendedor de uma empresa de vidros perguntou:

- Você não quer comprar alguns frascos?

O homem explicou que o apresentador Silvio Santos (7) _____ (**haver**) encomendado as embalagens, pois (8) _____ (**pretender**) montar uma fábrica de cosméticos, mas como no meio do caminho ganhou a concessão para abrir a TVS (atual SBT), resolveu abandonar o projeto.

Krisgner foi com o homem ver os frascos em um galpão no bairro de Vila Guilherme. “Eram 65 mil vidros de perfume, 20 mil de xampu e 15 mil de creme”, revela Krisgner. O homem não (9) _____ (**querer**) vender apenas uma parte da produção. Ou ele (10) _____ (**levar**) tudo ou (11) _____ (**ir**) embora sem levar nada. Mas o preço dos frascos era US\$40 mil e sua farmácia (12) _____ (**faturar**) apenas US\$4 mil por mês. Krisgner tomou coragem e propôs um pagamento em dez vezes. O executivo só concordaria se ele pagasse o frete até Curitiba.

Os dois fecharam negócio. Agora o novo dono dos frascos (13) _____ (**ter**) que achar o que fazer com eles. (14) _____ (**Haver**) uma licitação para abrir uma loja no aeroporto de Curitiba, e Krisgner foi o único a fazer proposta.

Agora só (15) _____ (**faltar**) o produto para vender. Foi então para São Paulo onde conheceu uma perfumista que (16) _____ (**estar**) desenvolvendo uma fragrância. A fragrância nem (17) _____ (**estar**) pronta e Krisgner já encomendou, pois (18) _____ (**ter**) muita urgência.

Dessa forma surgiu o Acqua Fresca, a fragrância do O Boticário que atingiu 45 milhões de frascos vendidos nos últimos 20 anos e que deu força à sua marca. Hoje, a pequena farmácia de Krisgner se tornou uma potência. Miguel Krisgner enxergou a oportunidade e teve coragem de arriscar o bastante naquilo em que (19) _____ (**acreditar**).

Fonte: Isto É Dinheiro (SP) – (atualizado em 2013)

ANEXO H – Texto “Este homem não está rindo à toa”

1. a | Complete o texto a seguir com os verbos no tempo adequado.

Este homem não está rindo à toa

De aquisição em aquisição, o alemão naturalizado chileno Horst Paulmann consolida a Cencosud como uma das maiores varejistas do Brasil e da América Latina.

Por Carlos Eduardo VALIM (Revista Isto É Dinheiro– 18/11/2011)



O empresário Horst Paulmann (*nasceio | nasceu*) em 1936, em Kassel, no centro da Alemanha, mas o seu destino estava na América do Sul, para onde a sua família imigrou, após a Segunda Guerra Mundial. Ao chegar no sul do Chile, seu pai (*comprei | comprou*) um pequeno varejo local. Foi a partir desse negócio que o jovem Paulmann encontrou a sua vocação de empreendedor. A partir de 1960, ele e seu irmão, Jurgen, (*assumirom | assumiram*) o comando do empreendimento familiar, transformando-o no que é hoje a maior varejista chilena, a Cencosud, uma rede que fatura US\$ 12,2 bilhões ao ano.

Paralelamente ao crescimento da Cencosud, Paulmann (*construiu | construei*) a sexta maior fortuna da região e a 75ª do mundo, avaliada em US\$ 10,5 bilhões, segundo o ranking da Forbes. Consolidado em seu país adotivo, agora é o Brasil que Paulmann (*quere | quer*) conquistar. Na quarta-feira, 16, a Cencosud anunciou a aquisição da rede carioca Prezunic, cujo nome é inspirado na expressão “preço único”, em francês. Essa é a sétima que faz no País. O negócio foi fechado por R\$ 686 milhões, já descontados R\$ 189 milhões em dívidas da rede, que pertencia à família Cunha, do Rio de Janeiro, e capital de giro. A operação vai acrescentar um faturamento de R\$ 2,4 bilhões, em valores de 2010, e mais 31 lojas ao grupo chileno.

O Cencosud deve superar os R\$ 8 bilhões em receita anual e totalizar 280 lojas no Brasil. Com a aquisição, a empresa mostra que, aos poucos, está conseguindo cobrir Estados estratégicos do território brasileiro e (*ganhei | ganhou*) porte para enfrentar os seus três maiores concorrentes: Pão de Açúcar, Carrefour e Walmart. A Cencosud chegou ao Brasil em 2007, com a compra, por cerca de R\$ 730 milhões, da G.Barbosa, baseada em Sergipe.

Há um ano, fechou outro grande negócio, ao pagar R\$ 1,3 bilhão pela mineira Bretas. “No Nordeste, somos a segunda maior, em Minas Gerais, a primeira, e, com a aquisição da Prezunic, (*estam | estão*) em terceiro no Rio de Janeiro”, disse o executivo chileno Daniel Rodriguez, gerente-geral da empresa, durante coletiva de imprensa, em Santiago, capital chilena. “Sempre que houver uma oportunidade no Brasil, vamos observar.”

Por sinal, o próprio Paulmann chegou a declarar que gostaria de comprar a operação do Carrefour por aqui, quando a negociação da rede francesa com Abilio Diniz (*começou | começou*) a fazer água. “Quem imaginava, como eu, que a Walmart estaria liderando as aquisições, é uma surpresa ver a Cencosud comendo pelas bordas”, afirma Eugênio Foganholo, da consultoria Mixxer

Desenvolvimento Empresarial. Essa fome por novos negócios tornou a Cencosud a empresa de maior crescimento no setor de supermercados brasileiro.

UNIDADE 4 - ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Se alguém (*têm | tene | tem*) dúvidas da capacidade de crescer da empresa é só conhecer um pouco mais das iniciativas de Paulmann. Atualmente, ele está (*construindo | construindo*) em Santiago, o centro comercial Costanera Center que (*abrigará | abrigarei*) o que promete ser o maior arranha-céu da América do Sul, com 70 andares. Orçado em US\$ 600 milhões, o conjunto começou a ser erguido em 2006 e deverá ser inaugurado em 2012, apesar de sofrer críticas quanto às suas dimensões megalomaniacas. Não se trata da única polêmica em que Paulmann se envolveu no país.

Quando (*fui | foi*) agraciado com uma cidadania honorária chilena pelo ex-presidente Ricardo Lagos, em 2005, partidos de esquerda o (*acusaram | acusarom*) de ter ligações com a Colônia Dignidade, que era formada por neonazistas e acobertada por crimes que incluíam até pedofilia, durante o regime militar de Augusto Pinochet. Apesar da proximidade com o socialista Lagos, Paulmann foi presença notada no funeral do ditador.

Fonte:

http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/73546_ESTES+HOMEM+NAO+ESTA+RINDO+A+TOA

(adaptado)