

O DISCURSO IDEOLÓGICO, PRAGMÁTICO: a qualificação dos gestores na região sul fluminense

Rosa Lucia Rosa Gomes¹;

Paloma de Lavor Lopes²

Adrielle Badran Neves Ribeiro Marçal, Camilla Pereira Coury e Diego Rodrigues de Souza³

RESUMO

Este artigo discute a relação entre a Formação Discursiva e a motivação de gestores que buscam qualificação profissional em Instituições de Ensino Superior na Região Sul Fluminense. O desafio enfrentado no trabalho foi o de realizar uma análise Linguística junto com teorias da Administração e mostrar através da análise dos dados as interpretações pertinentes a cada área. Na área da Linguística, utilizou-se como base teórica a Análise do Discurso. E assim, iniciou-se a análise do discurso de gestores das áreas da Administração, Ciências Contábeis e Recursos Humanos que mostrou a existência de marcas linguísticas de subjetividade nos discursos desses indivíduos, a partir de elementos generalizantes que orientam o ouvinte/leitor para tomada de posição de imparcialidade, diferentemente dos gestores de graduação que demonstram menor imparcialidade em seu discurso. De fato, essa imparcialidade/não imparcialidade se realiza através de elementos coesivos referenciais, como: a gente e você. Estrutura discursiva impulsionada pelo contexto de formação educacional e pelo mercado de trabalho da atualidade. A análise teve um caráter qualitativo e quantitativo e também um tratamento contrastivo, uma vez que se buscou perceber a formação discursiva de gestores de graduação e pós-graduação. Além disso, as motivações externas educacionais e de mercado geram novas formações Discursivas Específicas de acordo com a área de estudo escolhida, mostrando desse modo, o poder que o discurso educacional exerce na Formação Discursiva e Identitária dos gestores em estudo. Enfim, a análise revelou o sujeito como corpo histórico-social, que interage com outros discursos de que se apossa ou diante dos quais se posiciona ao construir seu discurso.

Palavras-chave: Formação Discursiva; Gestores; Qualificação profissional; Motivação.

ABSTRACT

This article discusses the relationship between the Discourse Training and the motivation of managers seeking professional qualification in higher education institutions in South Fluminense Region. The challenge was to gather management theories and Linguistic analysis to show through data analysis relevant interpretations for each area. In Linguistics, the

¹ Doutora em Linguística pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ e Docente no Centro Universitário Geraldo Di Biase – UGB.

² Doutoranda em Economia Aplicada pela ESALQ/USP e Docente no Centro Universitário Geraldo Di Biase – UGB.

³ As entrevistas reunidas neste artigo foram obtidas graças à dedicação e empenho dos bolsistas do Projeto de Iniciação Científica – PIC - alunos do curso de Administração.

theoretical basis was discourse analysis. Therefore, began the discourse analysis of managers in the areas of Administration, Accounting and Human Resources that showed the existence of linguistic subjectivity marks in the speeches of these individuals, from generalizing elements that guide the listener/reader to making impartiality position, unlike the undergraduate managers that showed smaller demonstration in the speech. In fact, this impartiality / no impartiality is realized through cohesive referential elements, such as “us” and “you”. Discursive structure driven by the context of educational training and by today's labor market. The analysis has characteristic of a qualitative and quantitative as well as a contrastive treatment, since we wish to understand the discursive formation of undergraduate and graduate managers. Furthermore, educational and market external motivations generate new formations Discursive Specific according to the chosen field of study, showing thereby the power that the educational discourse plays in Discourse and identity formation of managers in the study. Finally, the analysis revealed the subject as historical and social body, which interacts with other discourses that takes possession or in front of which uses to build his speech.

Keywords: Training Discourse; Managers; Professional qualification; Motivation.

INTRODUÇÃO

As questões discutidas no presente artigo representam algumas das conclusões principais de um estudo que teve como objetivo observar a formação discursiva de gestores que buscam a qualificação em áreas, como: Administração, Ciências Contábeis e de RH, sob uma perspectiva da Análise do Discurso e da teoria da Administração. Nele procurou-se determinar as características discursivas e gramaticais que configuram o novo discurso desse profissional. Por ser um trabalho multidisciplinar, procurou-se também abordar os fatores motivadores dentro de uma abordagem administrativa.

CONTEXTO HISTÓRICO-SOCIAL

O conhecimento, em função da velocidade das mudanças, tende a se tornar obsoleto, incompleto ou até inadequado (CROCCO, 2007). Esse fenômeno se deve à exigência do mercado altamente globalizado. Os desafios do mercado de trabalho hoje estão aumentando e se agravando, de diversos ângulos. Competição intensa, alterações de leis e regulamentos, fragmentação de negócios e atividades são alguns exemplos, talvez dramáticos, da urgência e da intensidade de aquisição, manutenção e atualização de conhecimento. Há outros fatores mais funcionais que corroboram para essa grande demanda, como por exemplo, a melhoria de

vida das famílias. Segundo o Presidente do Conselho Regional de Administração do Rio de Janeiro, Wagner Siqueira, e à jornalista Kátia Biaia, a qualificação profissional é um instrumento para melhoria de vida das famílias. Existiria ainda, segundo dados da Fundação Getúlio Vargas (FGV), o fator salarial. “cada ano de pós-graduação cursado, abrangendo também o MBA, corresponde a mais de 40% de aumento na renda mensal. Ou seja, um curso de MBA de dois anos vai incrementar em 80% os ganhos no fim do mês”.

Para incentivar o desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua, o Ministério de Educação e Cultura, instituição de alcance federal e responsável por monitorar de perto essa oferta, acatou a RESOLUÇÃO CNE/CES Nº 1, DE 03 DE ABRIL DE 2001 que incluiu na categoria de curso de pós-graduação *lato sensu* os cursos designados como *MBA (Master Business Administration)* ou equivalentes, que é oferecido aos portadores de diploma de curso superior.

Em função desse contexto mercadológico, pode-se perceber uma grande demanda por profissionais em processo de qualificação. Contudo, apesar de todo esse incentivo à qualificação, há uma escassez de mão de obra qualificada no Brasil. A falta de mão de obra qualificada no Brasil gerou, no primeiro trimestre de 2013, um aumento significativo nas autorizações de trabalho para estrangeiros. De acordo com dados do MTE (Ministério do Trabalho e Emprego), nos primeiros três meses de 2012, os vistos concedidos a profissionais qualificados em caráter temporário cresceram 33% em comparação com o mesmo período do ano passado.

Esse contexto nos incentivou a compreender algumas questões, como: identificar através do discurso dos gestores em formação⁴ os fatores motivadores para buscarem sua qualificação profissional, e entender por que outros profissionais não seguem essa tendência; como

⁴ Segundo o conceito clássico, desenvolvido por Henri Fayol, o gestor é definido pelas suas funções no interior da organização: é a pessoa a quem compete a interpretação dos objetivos propostos pela organização e atuar, através do planejamento, da organização, da liderança ou direção e do controle, a fim de atingir os referidos objetivos. Desse modo, o gestor é alguém que desenvolve os planos estratégicos e operacionais que julga mais eficazes para atingir os objetivos propostos, concebe as estruturas e estabelece as regras, políticas e procedimentos mais adequados aos planos desenvolvidos e, por fim, implementa e coordena a execução dos planos através de um determinado tipo de comando (ou liderança). Neste trabalho, consideramos gestores em formação os indivíduos que atuando em empresas da região Sul Fluminense, estivessem realizando graduação ou pós-graduação.

subcategoria para as questões anteriores verificar os fatores motivadores para uma qualificação que geram nova formação discursiva, reflexo do contexto histórico-social atual.

A FORMAÇÃO DISCURSIVA

A formação discursiva é constituída pela remissão que podemos fazer de todo o texto a uma formação ideológica. Assim, a formação discursiva determina o que pode e o que deve ser dito a partir de certa região da formação social, a partir de certo contexto sócio-histórico. Uma palavra dentro de uma formação discursiva tem sentido diferente se utilizada em outra formação discursiva. A palavra “direitos humanos” não possui o mesmo significado dentro de um contexto diferente do democrático. Desse modo, o sujeito da linguagem é afetado tanto pela linguagem quanto pela história e não tem controle de como elas o afetam (ORLANDI, (1987, p.73 – 74 apud Medeiros).

Assim, pode-se dizer que a questão social é determinante para a formação da identidade do indivíduo, pois é o que o forma, o que o constitui. Essa formação discursiva não está desvinculada de outros contextos sociais, como o Empresarial. A cultura organizacional é tão estreitamente dependente do conjunto de valores das pessoas que a formam que, segundo Laraia (1997, p. 90 *apud* Marras, 2007), a coerência de um hábito cultural somente pode ser analisada a partir do sistema a que pertencem. Para Schein (1997 *apud* Marras, 2007), a Cultura organizacional é o modelo de pressupostos básicos que um grupo assimilou na medida em que resolveu os seus problemas de adaptação externa e integração interna e que, por ter sido suficientemente eficaz, foi considerado válido e repassado (ensinado) aos demais (novos) membros como a maneira correta de perceber, pensar e sentir em relação àqueles problemas.

O conceito traz à tona reflexões que precisam ser consideradas pela importância, enquanto parâmetro de comparação e de avaliação de grupos. Não há grupos de trabalho sem cultura ou sem um mínimo resquício (seria apenas um agregado de indivíduos e não um grupo), assim como não há que se falar em cultura fora da observação grupal. Desse modo, uma cultura se forma de maneira consensual, na medida em que os membros de um grupo encontram uma resposta adequada ao padrão do grupo a que pertence e, em aceitando essa solução, passa não

só a adotá-la, mas principalmente a difundir-la para os demais membros como o padrão ideal para obter a resposta desejada naquele particular.

A base que se forma na repetição constante dessa prática cria o conjunto de valores e crenças que denominamos cultura organizacional. Esse conjunto é obviamente mutável, dinâmico e dependente das mudanças dos cenários que permeiam o interno e o externo da empresa, fazendo com que se entenda a cultura como um processo constante de adaptação às constantes mudanças que o tempo e o espaço produzem através das mutações dos próprios sistemas de valores que o sustentam. Alguns valores adotados pelas empresas têm mais peso que outros.

No atual contexto de competitividade no mundo, e especialmente no mundo empresarial a cultura que se estabeleceu é a da competitividade, em decorrência de vários fatores, especialmente o da globalização da economia. Como consequência desse novo valor, as pessoas estão buscando cada vez mais qualificação profissional. Essa tendência tem reflexos, de maneira direta e indireta, na formação desses gestores, pois precisam estar aptos a oferecer soluções globais ou específicas que possam ser úteis para empresa, que atuam no momento e futura empresa. Uma vez que podem migrar para outra cultura organizacional que esteja em consonância com a sua nova motivação profissional.

Segundo Becker (1962) e Schultz (1967) ao aumentar sua escolaridade, e por consequência sua capacidade produtiva o indivíduo cria expectativa de maior renda futura. Afinal, toda instrução é um investimento, cujo valor corresponde aos salários o qual o indivíduo renuncia para poder estudar. Para Schultz, “caso o cabedal de instrução, por trabalhador, não se eleve, a instrução não pode ser considerada uma fonte de crescimento econômico” (Schultz, 1967, p. 59).

A análise dos dados revela os fatores que estariam atuando para uma nova formação desses indivíduos, criando assim uma nova formação discursiva profissional, como veremos a seguir.

O MÉTODO

O presente estudo tem como embasamento teórico a formação discursiva na construção da identidade e da ideologia dos gestores em nova formação. Gestores em fase de qualificação em Instituições de nível superior da região Sul Fluminense.

Adotou-se como modelo para a coleta de dados a proposta de Labov. Nesse modelo, o observador deve colher os dados na forma mais natural de manifestações linguísticas. Considerando que o trabalho tem um viés multidisciplinar – Linguística e Administração – utilizou-se também o instrumento de perguntas fechadas com o objetivo de verificar através de características percentuais, tendências. O corpus assim constituiu-se de estudantes de graduação e pós-graduação que estivesse atuando na função de gestor. Após análise, quantificação das informações e interpretação dos resultados, elaborou-se conclusões relativas a alguns aspectos que nos pareceram principais, tais como: aspectos subjetivos na estrutura de relato de opinião, novos valores (motivações implícitas geradas pelo discurso de ensino e pelo ambiente de trabalho), perfil dos gestores (a nova formação discursiva).

A ESTRUTURA SUBJETIVA

A observação nos relatos de opinião no discurso dos gestores levou-nos a tomarmos como base de análise a noção de sujeito. Segundo Orlandi (1983) *apud* Brandão (2010), a concepção de sujeito pode ser centrada na ideia da interação da harmonia conversacional entre o eu e o tu. Benveniste (1989) argumenta que há nessa interação, intenção do primeiro influenciar o outro de alguma maneira. Desse modo, haveria no locutor a capacidade de se propor como sujeito do seu discurso. Esse locutor enuncia sua posição através de índices formais dos quais os pronomes pessoais são o ponto de apoio da revelação da subjetividade na linguagem. A subjetividade nos nossos dados foi percebida a partir dos elementos de referência, como: pronomes de primeira pessoa eu alternado por você e a gente.

Ex: (1) Bem praticamente eu tô dentro do RH mesmo..meus pontos fortes são a parte de exatas...tipo assim ...algumas situações de estar conversando...levo a eles as necessidades das pessoas..nesse ponto eles escutam.. e o ponto fraco seria...o que eu realmente não consigo resolver por falta de eu conseguir a comunicação com eles (DJ)

Ex: (2) às vezes você precisa resolver alguma coisa na parte pessoal... eles te ajudam nessa parte assim...te liberam pra você...resolver suas coisas...só isso.(EPS)

Ex: (3) É que a partir que você ingressanum curso..você adquire seu conhecimento né? Sua visão muda...amplia a visão né?...e através disso você pode conseguir algo melhor... (EPS)

Ex: (4) é presença...presencial...a empresa de Curitiba...a gente fica um pouco a mercê...com contato uma vez por semana...desculpa por mês.. com pessoa da empresa...mas é mais o contato físico mesmo... (M)

Ex: (5) sim...eles colocam pra gente que quanto mais estudo mais possibilidade de crescimento na empresa.

Autores que se dedicam ao estudo da subjetividade em textos orais, como Oliveira (2000), argumentam que a presença dessas formas produz um efeito de distanciamento gradual do locutor que pode ser associado ao grau de comprometimento deste para com seu enunciado, ou seja, o sujeito ora assume sua individualidade, ora compartilha seu discurso, ora se descompromete sutilmente com aquilo que diz, escondendo-se atrás de sujeitos hipotéticos, genérico.

Sem perder de vista a proposta de Oliveira, propomos que esses elementos de referenciação são resultantes de formações Ideológicas e Discursivas. Produto do contexto social atual. Nas entrevistas, o sujeito genérico, você e a gente, representam várias vozes, da Instituição de Ensino, do ambiente de trabalho, da família de outros ambientes que frequenta. Contudo, devido à proposta de mudança que buscam na qualificação, o ambiente formal do Ensino tende a ter maior poder de autoridade sobre o discurso desses indivíduos, por isso o informante tenta orientar o seu ouvinte/leitor para um discurso representativo de classes e do lugar ocupado pelos gestores nesse contexto sócio-histórico. Seu papel é o de reproduzir os vários discursos formadores da sua nova identidade.

Desse modo, em nossa análise, o conceito de subjetividade não pode estar centrado no Ego (unidade única, fonte de suas palavras), como na análise de Benveniste, mas no sujeito partícula de um corpo histórico-social, que interage com outros discursos de que se apossa ou diante dos quais se posiciona (ou é posicionado) para construir sua fala (Brandão 2010, p. 65).

Outra característica que nos chamou a atenção foi o fato de esse recurso de substituição do pronome pessoal *eu*, alternado por outras formas de referência sujeito, estar mais restrito as falas dos gestores da pós-graduação, enquanto no discurso dos gestores de graduação o pronome pessoal *eu*, aparece com maior frequência, conforme pode ser observado nas construções abaixo:

Ex: (4) A capacidade de fazer as soluções que são passada para mim. E o fraco é ser flexível em relação aos serviços executados. Porque às vezes eu preocupo fazer as coisas dentro do padrão dela, ai as pessoas ficam dando opiniões. (PR)

Ex: (5) Comprometimento, eu me dedico muito e gosto do que eu faço. E isso... isso... também... atrapalha... às vezes (CM)

O único caso representativo de referência genérica, nos entrevistados de graduação, está em (06), mas isso ocorre após uma sequência de realizações de eu como no exemplo acima (05).

Ex: (6) Já esta ajudando, porque você começa a analisar e acha o porquê e acha a solução mais fácil. (CM)

Observou-se, desse modo, que a quantidade de exposições a um discurso de poder leva o individuo a reproduzir um discurso generalizante, ora compartilhando, ora impessoalizando as informações discursivas, diferentemente dos gestores da graduação que a princípio tiveram um nível de exposição menor. Sabe-se do poder que a escola tem para a conservação das estruturas gramaticais e para a implementação de novos conceitos. E seria essa voz de autoridade que os gestores buscam ao ingressar em uma Instituição de ensino. A força e as expectativas em torno da exposição escolar, como já dissemos, são reforçadas por um contexto histórico-social, como pode ser observado a seguir.

NOVOS VALORES

No atual contexto de competitividade no mundo, e especialmente no mundo empresarial a cultura que se estabeleceu é o da competitividade, em decorrência de vários fatores, especialmente o da globalização da economia. Como consequência desse novo valor, as

peessoas estão buscando cada vez mais qualificação profissional. Essa tendência tem reflexos, de maneira direta e indireta, na formação desses empresários ou futuros empresários, pois precisam estar aptos a oferecer soluções globais ou específicas que possam ser úteis para sua empresa ou futura empresa. Por isso, a expectativa em torno dessa qualificação é enorme, como se pode perceber nas transcrições abaixo:

Ex: (7) É expectativa financeira e pessoal... de conhecimento... de aprimoramento...essa é minha expectativa...você acordar num sábado desse para vir pra cá estudar... é dinheiro e mais alguma coisa... porque só dinheiro não dá não... (Informante: M)

Ex: (8) adquirir maior conhecimento... não pode ficar parado. (Informante P.R)

Ex: (9) É que a partir que você ingressa num curso... você adquire seu conhecimento né? Sua visão muda...amplia a visão né?... e através disso você pode conseguir algo melhor... (Informante EPS)

De acordo com esses exemplos, podemos ver que as pessoas que buscam qualificação pretendem crescer tanto na organização em que atuam, quanto no próprio mercado de trabalho globalizado, veem no aprendizado a possibilidade de aprimoramento pessoal e profissional. Sem, contudo, deixarem de visar melhoria salarial.

O levantamento mostrou que embora a situação histórico-social estabeleça pressões para que os gestores busquem qualificação, as empresas, de modo geral, não assumem, em sua totalidade, o conceito de gestão de pessoas contemporânea, no sentido de estimular a qualificação e oferecer benefícios, como assistência médica, odontológica e outras, como podemos observar nas transcrições:

Ex: (10) Há incentivo da empresa para você se qualificar?

Resposta: Não

A transcrição abaixo representa o relato do incentivo dado pela empresa:

Ex: (11) Entrevistador: A empresa onde você trabalha dá algum incentivo para sua qualificação?

Informante: sim... eles colocam pra gente que quanto mais estudo mais possibilidade de crescimento na empresa.

Assim, ao contrário do que foi previsto no início do estudo os gestores não são incentivados a melhorar sua condição intelectual, mas sutilmente motivados, não só pela empresa onde trabalham, como pelo próprio contexto atual. Já que a não qualificação pode implicar em não realização de aspectos importantes na formação da identidade do indivíduo, como aprovação social, poder, conhecimento, habilidades, enfim de obter êxito, independente de sua classe social. A seguir abordaremos o conceito de motivação.

MOTIVAÇÃO

A motivação é uma ferramenta que se reveste de grande importância no processo administrativo. Segundo Chiavenato (1982, p. 414), “para compreender o comportamento humano é fundamental o conhecimento da motivação humana. Motivo é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma, isto é, tudo aquilo que dá origem a alguma propensão a um comportamento específico”.

Para Berelson e Steiner (1964 *apud* Chiavenato, 1982, p. 417), motivação é “um estado profundo que energiza, ativa, ou move... dirige ou canaliza o comportamento em direção a objetivos”. Montana (1999, p. 203) diz que motivação é o “processo de estimular um indivíduo para que tome ações que irão preencher uma necessidade ou realizar uma meta desejada”. Diante destas afirmativas observa-se que a motivação é o motivo para a ação e a partir daí o ser humano busca satisfazer suas necessidades.

Uma necessidade satisfeita não é motivação para permanecer no mesmo nível, o homem tem necessidade de perspectivas, de novos desafios. As necessidades humanas são complexas e podem ser consideradas infinitas, pois sempre estará faltando alguma coisa. As pessoas procuram motivos para viver e dependem de um impulso, um estímulo-força orientado em

determinado sentido, que seja capaz de satisfazer o desejo. No processo produtivo, a motivação é uma ferramenta da mais relevante importância porque ela afeta sobremaneira o desempenho funcional e este é a mola propulsora da produção. Contudo, a motivação é desenvolvida de acordo com cada cultura organizacional à qual os gestores construíram uma identidade profissional, conforme veremos a seguir.

PERFIL DOS GESTORES

A qualificação e as necessidades impostas pelo mercado atual faz com que os gestores desenvolvam uma identidade de líder, orientação essa que é também construída pela teoria da Administração de empresas. As análises dos dados levaram-nos a observar no discurso dos gestores vários tipos de liderança entre eles o perfil predominante é o de comprometimento.

Outros entrevistados englobam todos os outros tipos de liderança, o perfil ético, de boa comunicação interpessoal. Assim, o levantamento de dados mostrou que o perfil hoje não se preocupa apenas com os interesses da empresa, mas também com a satisfação dos colaboradores, fato que representa uma busca a estarem afinados não só com os objetivos da empresa, mas com o mercado de trabalho, como pode ser percebido nas transcrições abaixo:

Ex(12): Olha eu vejo que eu me enquadro em bastante coisa aqui...oh perfil ético... bom relacionamento.. não só dentro da minha gerencia mas com todas as outras áreas...**comprometimento**...o respeito a empresa...e aos colaboradores.. assim... tá tudo tá englobado..né? (S)

Ex(13): Qual seu perfil de liderança?

Comprometimento, Respeito à empresa, Participativo e Bom relacionamento interpessoal.
(V R F S)

As transcrições, acima, representam o discurso de gestores em formação, que dizem ter como ponto forte o perfil desejado pelo mercado, ou seja, de um profissional completo, ético, com bom relacionamento, comprometido. Todas as características desejadas para um bom gestor.

As análises realizadas permitiram-nos traçar um quadro do perfil dos gestores.

PERFIL (GR)	PERFIL (POS)
Bom relacionamento interpessoal	Parceira
Respeito aos colaboradores	Ético
Comprometimento	Comprometida
Participativo	Bom relacionamento interpessoal
Respeito a Empresa	Respeito a Empresa
Bom relacionamento interpessoal	Respeito aos colaboradores
Ético	
Parceria	

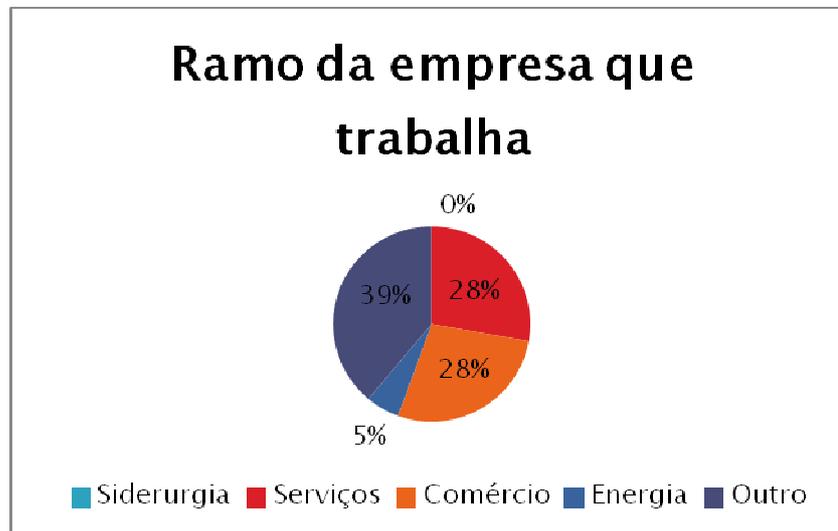
Fonte: Questionário de entrevistas realizado em maio/ 2013.

No quadro acima, é possível observar as características encontradas nos discursos dos gestores de graduação e pós-graduação. Tanto os gestores de graduação, quanto o de pós-graduação valorizam o bom relacionamento interpessoal, respeitam a empresa, respeitam aos colaboradores, são comprometidos isso é fundamental para que cresçam e permaneçam no mercado. Não diferem também no que diz respeito à ética que é importante dentro de uma organização, pois permite, segundo Robbins et. al. (2010), que se estabeleçam regras justas e imparciais na empresa. Todas essas características são bases de uma cultura organizacional, categoria que discutiremos na próxima seção.

CULTURA ORGANIZACIONAL

A cultura organizacional é tão estreitamente dependente do conjunto de valores das pessoas que a formam que, segundo Laraia (1997, 90 apud Marras 2007), a coerência de um hábito cultural somente pode ser analisada a partir do sistema a que pertencem. Para Schein ((1997) apud Marras 2007)), a Cultura organizacional é o modelo de pressupostos básicos que um grupo assimilou na medida em que resolveu os seus problemas de adaptação externa e integração interna e que, por ter sido suficientemente eficaz, foi considerado válido e repassado (ensinado) aos demais (novos) membros como a maneira correta de perceber, pensar e sentir em relação àqueles problemas.

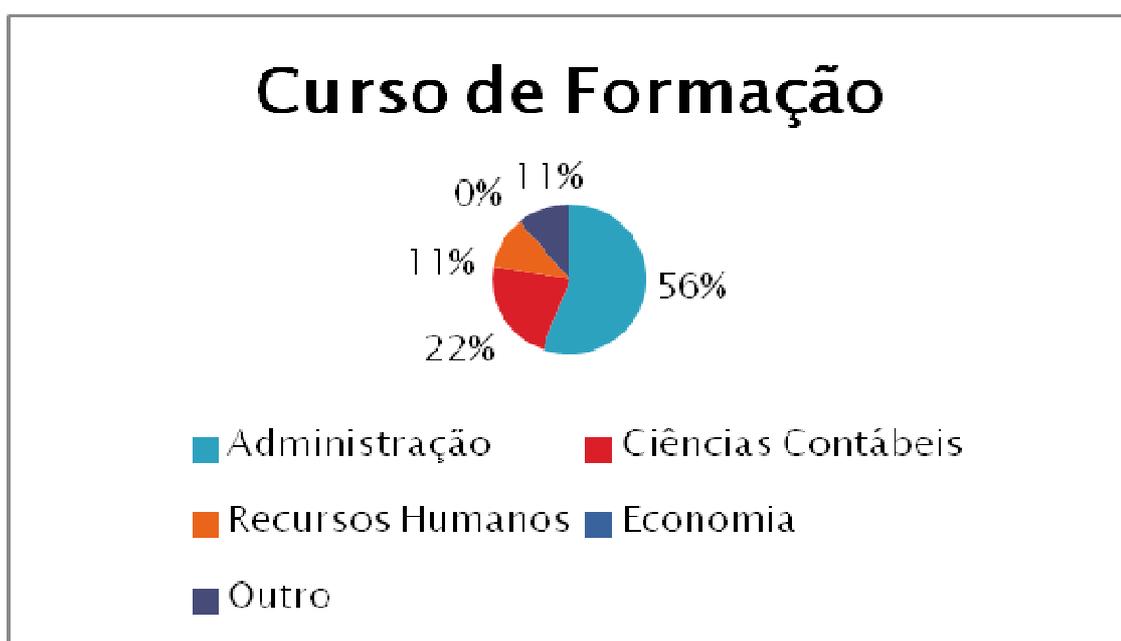
A partir dos dados levantados, pôde-se perceber que os gestores em formação são oriundos de distinta cultura organizacional como revela o gráfico (01) a seguir:



Fonte: Questionário de entrevistas realizado em maio/2013

Percebe-se, no gráfico 01, que a maioria dos entrevistados atua no ramo de serviços e comércio, totalizando 56%. Percebe-se que não há entrevistados atuantes no setor energético e, os demais entrevistados atuam em outros ramos não listados em nosso questionário.

O gráfico (02) abaixo apresenta o curso de formação dos entrevistados.



Fonte: Questionário de entrevista realizada em maio/2013

Acreditava-se que a maioria dos gestores seriam bacharéis em Administração, o que foi refletido na pesquisa. Tal curso representou 56% dos entrevistados enquanto o curso de Ciências Contábeis representou 22% e o tecnólogo em Recursos Humanos 11%.

Os percentuais verificados demonstram que há uma busca maior por uma qualificação mais generalizante, em que o indivíduo se torne apto a gerenciar e estar também preparado para soluções estratégicas empreendedoras, enquanto os outros curso detêm formações mais específicas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos dados, como discutido nas seções acima confirmou que a formação discursiva determina o que pode e o que deve ser dito a partir de certa região da formação social, a partir de certo contexto sócio-histórico (cf. Orlandi, 1987, p.73 – 74 apud Medeiros). Desse modo, pode-se dizer que a questão social é determinante para a formação da identidade do indivíduo, pois é o que o forma, o que o constitui. Essa formação discursiva não está desvinculada de outros contextos sociais, como o Empresarial. Considerando as construções subjetivas, vimos que há uma polifonia discursiva que pode ser percebida a partir de recursos gramaticais, no caso deste artigo, vimos que à medida que os gestores vão avançando em seus estudos, tendem a introduzir em seus discursos marcas generalizantes, como os elementos *a gente*, *você*. O efeito é orientar o seu ouvinte/leitor a uma impessoalização, artifício de discurso profissional.

E essa força, das vozes formadoras das Instituições de ensino, junta-se implicitamente a motivação dada pelo ambiente de trabalho e mercado de trabalho que geram várias expectativas nestes gestores.

Confirmou-se, assim, que o tempo de exposição ao ensino formal leva os gestores a uma formação discursiva mais generalizante, e a um alto nível de integração e comprometimento, demonstrando, desse modo, preocupação em seguir a cultura social atual e a orientação dada pelas Instituições de ensino sobre o papel atual dos gestores em uma organização de empresas. As análises também possibilitaram a observação de diferentes perfis de liderança

dentro de empresa, uma vez que o mercado exigente não analisa mais somente a qualificação, mas também o comportamento do colaborador.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo, Hucitec.
- BECKER, G.S. **Investment in Human Capital: a Theoretical Analysis**. Journal of Political Economy. 1962; 70(5).
- BRANDÃO, H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2 ed, ver. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.
- CHIAVENATO, I. **Administração de empresas: Uma abordagem contingencial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1982.
- CROCCO, Luciano; Erik GUTTMANN. **Consultoria Empresarial**. Prefaciado por Antoninho Marmo Trevisan. Saraiva. São Paulo, 2005, 134p.
- FOUCAULT, M. **Arqueologia do saber**. Trad. L. F. Baeta Neves. Petrópolis: Vozes, 1971
- GOHN, M. da G. **Educação não-formal e cultura política: impactos sobre o associativismo do terceiro setor**. São Paulo: Cortez, 1999.
- MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 3. ed. São Paulo: Futura: 2007.
- MONTANA, P. J. **Administração**. São Paulo: Saraiva, 1999.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em Análise do Discurso**. (trad. Freda I.) Campinas, São Paulo: Pontes, 1997.
- ORLANDI, Eni. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. São Paulo: Pontes, 2005.
- ROBBINS, S. et. al. **Comportamento organizacional**. Tradução de Cássia Gomes. 14 ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- SCHULTZ, T. W. **O Valor Econômico da Educação**. 1967. Zahar Editores. Rio de Janeiro.
- SILVA, A. T. da. **Administração e Controle**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1982.