

## O DISCURSO DO SUCESSO PROFISSIONAL

**Aluna: Katiúscia Araujo de Oliveira**  
**Orientadora: Maria do Carmo Leite de Oliveira**

### Introdução

Uma das marcas da sociedade contemporânea é um discurso do sucesso que fomenta o desejo dos indivíduos de chegar ao topo aquilo que fazem. Numa economia globalizada e num mercado altamente competitivo, o esforço contínuo de ser o melhor favorece o florescimento do capitalismo de sucesso. Na busca dos melhores resultados, as empresas instalam novos paradigmas, alteram suas práticas e exigem dos profissionais flexibilidade para desempenhar novos papéis.

Diante desse quadro, verifica-se uma transitoriedade das competências e habilidades necessárias para o sucesso profissional [5], o que obriga os indivíduos a uma contínua e intensa busca de desenvolvimento e/ou a renovação de suas qualificações profissionais. Dentre as competências, destaca-se também a comunicativa, uma vez que as empresas, na busca de uma maior integração e de um ambiente mais favorável à inovação, vêm fomentando o ethos da participação. Hoje o trabalhador deve não só ser capaz de fazer o trabalho, mas também de falar sobre o trabalho [2].

Um dos canais de disseminação do discurso do sucesso e da cultura do novo capitalismo a ele associado é o da mídia impressa, dirigida ao público interessado no mundo dos negócios. Nesse nicho, duas revistas se destacam no Brasil: a Exame e a Você SA. Apesar das diferenças de propostas editoriais, as duas são referência no que diz respeito à gestão de carreira. Pouco se sabe, porém, sobre como esse discurso é construído, que valores lhe são subjacentes; como a comunicação é *estilizada* [1].

### Objetivo

É objetivo deste trabalho descrever o discurso do sucesso, relacionado à carreira profissional e veiculado através da mídia impressa dirigida ao mundo dos negócios.

### Metodologia

O corpus é constituído de matérias sobre histórias de sucesso de indivíduos ou empresas, publicadas nas duas revistas desde 2001. Numa primeira etapa, foram levantadas as histórias de sucesso, procurando-se identificar os novos papéis apontados. Numa segunda etapa, foram identificados os valores que subjazem às histórias de sucesso e o modo como esses valores são transmitidos ao público. Numa terceira etapa, pretende-se investigar como a comunicação é vista como condição desse sucesso e que habilidades comunicativas são destacadas. Por fim, pretende-se confrontar o discurso de sucesso veiculado pelas duas revistas para verificar até que ponto as diferenças de propostas editoriais influíram no modo de produzir o discurso do sucesso.

### Conclusões

Nossos primeiros resultados mostram consistência entre o discurso do sucesso e o discurso do novo capitalismo [ 3, 4 e 5]. Mostram também que uma orientação para resultados é fortemente amparada por um discurso da meritocracia, que mais do que premiar os talentos, discrimina uma massa. Nossa análise evidencia também o papel crucial das habilidades comunicativas no desempenho de novos papéis profissionais e de novas práticas profissionais.

## **Referências**

- 1- CAMERON, D. **Good to talk?** London: Sage Publications, 2000.
- 2- IEDEMA, R. **Discourses of Post-Bureaucratic Organization.** Amsterdam/Philadelphia: 2003.
- 3- GEE, J.P. HULL, G. & LANKSHEAR, C. **New People in new worlds: the new capitalism and schools.** In; The New work order: behind the language of the new capitalism. USA: Westview, 1996.
- 4-GEE, J.P. **New people in new worlds: Networks, the new capitalism and schools.** In: COPE, Bill; KALANTZIS, Mary (edits.). **Multiliteracies: Literacy learning and the design of social futures.** London: Routledge, 2000.
- 5- SENNET, R. **A Cultura do Novo Capitalismo.** Rio de Janeiro: Record, 2006.