

Marginalizados, mas “essenciais”: os garis no discurso da Limpurb¹

Lidiane Santos de Lima PINHEIRO²

Lucas de Sant’Anna LUCAS³

Universidade do Estado da Bahia - Salvador, BA

Resumo

A pesquisa tem como objeto o discurso da Limpurb (Empresa de Limpeza Urbana de Salvador) sobre o agente de limpeza e visa entender sua relação com a memória discursiva de marginalização dessa categoria profissional, tendo como amostra os releases do dia do garí de 2021 a 2025. Baseada na Análise de Discurso de linha francesa e na compreensão da comunicação organizacional como processo de disputa de sentidos (Baldissera, 2008), demonstra como o enunciador se desvincula de sentidos preconceituosos contra os garis, para agregar valor à Limpurb, mas ainda prioriza vozes que falam deles a partir de lugares legitimados de poder.

Palavras-chave: Análise de Discurso; Comunicação Organizacional; Memória Discursiva; Release.

Apesar das funções fundamentais que exercem para a vida social, os agentes de limpeza ou garis têm seus direitos relativizados e sofrem preconceitos, devido a seu poder aquisitivo limitado e baixa escolaridade média (Costa, 2002). A desvalorização de classes populares com baixa remuneração resulta de mecanismos culturais e simbólicos naturalizados socialmente, que reforçam a manutenção da hierarquia social e a sua exclusão ou marginalização (Souza, 2006). Maria Castro (2021, p. 134) complementa: atividades como as de garis “são consideradas como de quase ou nenhuma dificuldade para sua execução, não merecendo, portanto, grandes preocupações jurídicas”. Isso talvez explique porque a profissão ainda não foi totalmente regulamentada no Brasil, apesar de ter surgido

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Discurso, identidade e relações de poder, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. O artigo completo com os resultados da pesquisa foi aceito para publicação na Revista Organicom.

² Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagem - PPGE - UNEB.
lislina@uneb.br

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagem - PPGE - UNEB.
l.fernandeslucas@gmail.com

em 1876, quando o empresário Aleixo Gary assinou o primeiro contrato de limpeza pública no Rio de Janeiro, e o dia do gari ter sido instituído em 1962 (Melo, 2011).

Com a justificativa de ir de encontro à invisibilidade da categoria, a Empresa de Limpeza Urbana de Salvador (Limpurb) realiza campanhas em sua homenagem, anualmente, no dia do gari (16 de maio). Nos últimos cinco anos, elas tiveram como motes: “Essenciais”, de 2021, “Gigantes”, de 2022, “Humanos”, de 2023, “Artistas da Limpeza Urbana”, de 2024, e “Valentes”, de 2025. Diante disso, a questão que se coloca aqui é: como é construído o discurso da Limpurb, sustentado pela memória discursiva de marginalização do agente de limpeza urbana, e como as campanhas do dia do gari deslocam sentidos, hipoteticamente, propondo uma ressignificação?

Os *releases* das campanhas do dia do gari, criadas pela Assessoria de Comunicação da Limpurb, compõem as materialidades de análise da pesquisa, por serem manifestações verbais facilmente recuperáveis, por possuírem regularidade enunciativa no contexto da comunicação organizacional e por reforçarem modos de dizer próprios do enunciador institucional na sua relação com a imprensa e os demais públicos externos. A coleta do material é feita no site da agência de notícias da prefeitura da capital baiana, pela busca por “dia do gari”, com o recorte temporal entre 15 e 16 de maio de 2021 a 2025, sendo reunidos seis *releases* no período investigado: um por ano, de 2021 a 2024, e dois de 2025. A partir da análise do discurso de linha francesa, são estabelecidos como ferramentas analíticas conceitos que apontam para a noção de cadeia interdiscursiva (articulação entre diferentes discursos), como memória discursiva, paráfrase e polissemia, pela aproximação possível com a abordagem teórica de Rudimar Baldissera (2008) sobre a comunicação organizacional, com a qual nos filiamos.

A comunicação organizacional como disputa de sentidos

Segundo Baldissera (2008, p. 169), a comunicação organizacional é um “processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais”. Não deve ser restringida às técnicas de comunicação autorizada ou oficial apenas, que evidenciam atributos ou potencialidades e ocultam a “vital desorganização natural” da organização como sistema vivo. O autor parte do pressuposto de que a “comunicação é processo em que os sentidos são construídos

e disputados, inclusive quando os sujeitos se esforçam e movimentam em perspectiva de produzirem compreensão comum - o que não significa dizer que será idêntica, mas aproximada, pois sempre sobra algo” (Baldissera, 2022, p. 58). Afinal, com expectativas e saberes necessariamente distintos, dois ou mais sujeitos (quer individuais, quer institucionais) nunca conseguem transferir completamente seus objetos de consciência, mesmo que partilhem dos mesmos códigos culturais.

Assim, “sempre há indeterminação, imprevisibilidade na comunicação. [...] não existirá a última pincelada, a última nota, o último gesto; só existirá a potência do devir” (Baldissera, 2022, p. 59). A Ascom da Limpurb não tem o poder de controlar como suas campanhas serão lidas, nem as respostas tornadas públicas no polo de reconhecimento (quer na imprensa, quer nas redes sociais), mas continua a executá-las e a planejar trajetórias comunicacionais, impulsionada por discursos sociais com potencialidade de afetar a imagem da instituição.

Análise de Discurso e Dispositivos Analíticos

A Análise do Discurso (AD) de linha francesa entende o discurso como “efeito de sentidos entre locutores” (Orlandi, 2020, p.20) e busca desvendar tais efeitos, como um campo de possibilidades, pois “entre a produção de sentido e seu reconhecimento [...] não há causalidade linear” (Verón, 2004, p. 83). Para Charaudeau (2006), a análise deve ser “um processo de interpretação que implique uma crítica social, não como ideologia [...], mas como processo que faz descobrir o não-dito, o oculto, as significações possíveis que se encontram por trás’ do jogo de aparências”. Não investiga simplesmente o que é dito, mas as marcas das condições de produção, reconhecimento ou circulação do enunciado, buscando responder ao como e por que diz o que diz.

A análise aqui proposta está centrada no conceito de interdiscurso ou memória discursiva. Nas palavras de Orlandi (2020, p. 29), interdiscurso é “aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Ou seja, é o que chamamos memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra”. A memória discursiva pode ser analisada a partir de rastros enunciativos que apontam para a repetição/paráfrase, mas também para a

diferença/polissemia. Orlandi (2020, p. 36) explica que os processos parafrásticos estão associados à manutenção do dizível, ao retorno do já dito, à estabilização de uma formação discursiva (o que pode e deve ser dito a partir de dada formação ideológica); e os polissêmicos revelam um deslocamento, uma ruptura de processos de significação. Gari é uma palavra carregada de sentidos que circulam silenciosamente como se fossem evidentes, facilmente atualizados em novos contextos. Mas, como os sentidos são constantemente disputados, nessa atualização, podem se deslocar, dando lugar a outras configurações discursivas.

Resultado da Análise e Considerações finais

Nos *releases* da Limpurb analisados, o agente de limpeza é associado a heroísmo, qualidade de vida, zeladoria, humanidade, saúde e guerra em 2021, pelo gancho do contexto pandêmico. De 2022 a 2025, paráfrases marcam o discurso sobre o dia da gari, mantendo o teor da homenagem. Mas há alguma polissemia e renovação na circulação orgânica da comunicação da Limpurb, por trajetos discursivos outros, como a nomeação das “margaridas”. Contudo, as referências às garis do gênero feminino são pontuais e os enunciados ainda priorizam as vozes oficiais da instituição (como as do prefeito de Salvador e do presidente da Limpurb) em detrimento de citações da própria categoria. Como a perspectiva institucional media todos os enunciados, ela acaba limitando a voz do/da gari/margarida ou articulando-a por ele/ela, não abordando queixas comuns como a inexistência de pontos de apoio nas ruas e a defasagem salarial.

O uso recorrente de adjetivações que enaltecem os/as agentes de limpeza pode ser interpretado como um esforço retórico de corresponder às expectativas dos públicos e às normas consideradas “politicamente corretas”, mas não garante deslocamentos substantivos no estatuto moral atribuído socialmente aos garis. As campanhas prestam justa homenagem à força e à perseverança desses profissionais, porém, reforçam a lógica de uma necessária resistência para a obtenção de reconhecimento. Assim, ao heroicizar o gari, representando-o como entidade resiliente e sempre disposta ao sacrifício pelo zelo da cidade, os enunciados servem mais a propósitos organizacionais do que à transformação social. Afinal, favorecendo a imagem dos agentes, o discurso opera a favor da

imagem pública da organização, ou como explica Baldissera (2023, p. 87), “ao dizer sobre algo/alguma coisa[/alguém], mais do que falar sobre esse algo/alguma coisa[/alguém], [a organização] falará sobre si”. O valor positivo, projetado discursivamente nos funcionários terceirizados que circulam pela cidade fazendo ver a marca da Limpurb, acaba refletido na imagem da organização. Dessa forma, o discurso analisado se desloca da memória sedimentada de invisibilidade e marginalização da categoria, mas, não há força crítica necessária para romper completamente com o senso comum na organização comunicada.

Referências

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional: uma reflexão possível a partir do Paradigma da Complexidade. In: OLIVEIRA, I. L.; SOARES, A. T. N. (org.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p. 149-177.

BALDISSERA, Rudimar. Notas para uma epistemologia da Comunicação Organizacional. In: KUSCH, M. M.; LIMA, F. P.; SAMPAIO, A.O. (org.). **Comunicação organizacional e relações públicas**. Salvador: Edufba; São Paulo: Abrapcorp, 2022. p. 49-64.

BALDISSERA, Rudimar. Interações comunicacionais, cultura organizacional e imagem-conceito. SAMPAIO, A.O.; FERREIRA, G.M.; CARVALHO, C. (org.). **Comunicação estratégica e gestão de marcas**. Salvador: Edufba, 2023. p. 79-90.

CASTRO, Maria. **Os trabalhadores invisíveis**. TST, São Paulo, v. 87, n. 2, , p. 133 - 148, abr/jun 2021.

CHARAUDEAU. Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

COSTA, Fernando Braga. **Garis**: um estudo de psicologia sobre invisibilidade pública. 2002. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

MELO, Assis. **Projeto de lei**. Câmara dos Deputados, 2011.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. Campinas-SP: Pontes, 2020.

SOUZA, Jessé (Org.). **A Invisibilidade da Desigualdade Brasileira**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.