



DISCURSOS DO SUCESSO: A PRODUÇÃO DE SUJEITOS E SENTIDOS DO SUCESSO NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

Thiago Barbosa Soares¹

Carlos Piovezani²

Sucesso é uma tradução dos novos valores presentes na sociedade brasileira contemporânea. Valores como o consumismo, a competição, o destaque em relação aos demais, sobreposição de uma moda que vai desde como se vestir até como usar a língua. O sucesso é uma forma de cindir a sociedade entre os que têm sucesso e aqueles que não o possuem. Numa palavra, sucesso é formação social da qual se necessita compreender a ideologia reproduzida no discurso, que por sua vez, se imprime na prática da língua.

De ontem para hoje, o sucesso tomou proporções diversas. A História redonda em grandes feitos de homens cujos nomes reverberam nos tempos; conquistas e unificações de reinos, feitos políticos no mais alto uso de poder, esses são alguns poucos exemplos do que antes poderia se chamar de sucesso. Nos tempos atuais, o sucesso está vinculado à produção de sujeitos e sentidos por esferas privilegiadas de dispersão dos discursos do sucesso, a saber, a mídia, a literatura e a internet.

Esses campos que configuram mais extensamente os sujeitos e sentidos do sucesso possuem relativamente diferentes tratamentos, cada um a sua maneira traz, ainda que sub-repticiamente, discursos sobre o sucesso. Noutras palavras, são construídos conteúdos, conseqüentemente, significados a partir das demandas que as próprias esferas de dispersão do discurso do sucesso criam na sociedade, ou seja, dizer o/de sucesso na mídia certamente não se dá da mesma forma que na literatura, ainda mais se especializarmos essa, como a de autoajuda, ou mesmo no vasto campo virtual da internet, como em blogs. Todavia, são esses espaços os privilegiados na circulação da ideologia que reveste o sucesso atualmente.

Se, como diz Orlandi (2012), a ideologia materializa-se no discurso, esse concretiza-se no texto, que por sua vez, se efetiva pelo uso da língua, é observando o batimento entre ideologia, discurso e língua que poderemos compreender os efeitos de sentido que determinado tipo de discurso carrega.

¹ Mestrando em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), membro do Laboratório de estudos do discurso (LABOR/UFSCar).

² Doutor em Linguística, docente na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e pesquisador do Laboratório de estudos do discurso (LABOR/UFSCar).



Posto isso, inicialmente, para análise do corpus, que é o momento de se perceber “a relação da materialidade da língua, com a história, com o real” (GUILHAMOU; MALDIDIER, 2010, p. 169), investigaremos de forma breve alguns enunciados retirados da mídia, mais exatamente da revista “CARAS”, por se tratar, entre outras coisas, de uma revista representante da extensa circulação do entretenimento nos meios impressos da mídia.

APARATO TEÓRICO

Adotamos por pressuposto, a partir de Pêcheux (2009 [1975]; 2006 [1983]), Orlandi (1996; 2012), tratar-se o discurso de um efeito de sentidos entre interlocutores. Disso procede a compreensão da relação entre língua e ideologia, sendo “o discurso a materialidade específica da ideologia e a língua a materialidade específica do discurso, com a ressalva de que específico não significa exclusivo” (ORLANDI, 2012, p. 214), sendo que a língua e outras formas semiológicas surgem como condição do discurso e o processo dessas naturezas é o que define o procedimento discursivo (idem, 1996).

Por outro lado, através de um processo ideológico tácito, palavras, expressões diferentes podem encobrir o mesmo sentido num jogo estratégico de relações parafrásticas, determinando uma espécie de consenso apagador de diferenças que geralmente são conflituosas.

De modo correlato, se admite que as mesmas palavras, expressões e proposições mudam de sentido ao passar de uma formação discursiva a outra, é necessário também admitir que as palavras, expressões e proposições literalmente diferentes podem, no interior de uma formação discursiva dada, “ter o mesmo sentido”, o que representa, na verdade, a condição para que cada elemento (palavra, expressão ou proposição) seja dotado de sentido. (PÊCHEUX, 2009 [1975], p. 148).

Nesses termos, toda produção discursiva efetuada sob determinada conjuntura, faz inevitavelmente circular formulações já enunciadas anteriormente. Dessa forma, todo discurso possui suas especificidades, como no caso do discurso de sucesso e enunciado de sucesso em que Payer (2005, p. 18) os compreende:

O enunciado de sucesso se imprime através de inúmeros textos, e circula de muitos modos, mas sobretudo através da Mídia. Pode-se notar que há um certo “discurso do sucesso” funcionando atualmente em grande escala. São incontáveis os títulos que pretendem ensinar ao sujeito-leitor como “ter sucesso”: sucesso nas empresas (lucro), sucesso profissional (...) sucesso na imagem pública, como imagem de mídia. (grifo do autor).

Assim sendo, a mídia veicula o discurso de sucesso, na medida em que “[...] o sujeito se espelha na mídia visualizando outras imagens em si, que passa a perseguir (-las) como ideais [...]” (PAYER, 2005, p. 21).

No que compreende o sujeito, consideramos importante o subsídio de Orlandi (2012, p. 88) ao afirmar: “Como tenho afirmado, sujeito e sentido se constituem ao mesmo tempo, estando os processos de identificação na base do fato de que identidade é um movimento na história”. Noutras palavras, para que haja uma apreensão dos efeitos de sentido que o discurso de sucesso produz na

sociedade é necessário entendermos que sentido e sujeito não estão separados, por conseguinte a observação de um implica efetivamente na observação do outro.

SUJEITO DO SUCESSO: UM ESBOÇO DE ANÁLISE

Adotamos como procedimento de análise a interpretação da dispersão parafrástica e polissêmica de enunciados, de forma a promover a compreensão de suas formulações, ou seja, o intradiscorso – horizontal – o qual, por sua vez, é atravessado pelo interdiscorso – vertical – (COURTINE, 2009 [1981]). Dito isso, passemos a alguns enunciados da Revista “CARAS”:

Susana Vieira rumo ao quarto casamento³.

Rodrigo Faro abre sua casa e apresenta a caçula Helena⁴.

Adriane Galisteu se emociona com festa surpresa pelos seus 40 anos⁵.

Xuxa mostra seu lado solidário em SP⁶.

Quem são os sujeitos dos quais se fala? O que fazem? Qual lugar ocupam na/para mídia? Tais questões são aparentemente fáceis de serem respondidas. Simplesmente são ídolos, logo ocupam o lugar de ícones para a sociedade. Como já dito, para abordar esse tipo de sujeito, isto é, o sujeito de sucesso, existe um “lugar sintático” nas sequências discursivas. Assim, pelo fato de não ser explicitado algo a respeito de tais celebridades, percebemos que há algo da ordem do repetível, da lembrança e do esquecimento que não cessa de se fazer presente nos enunciados acima. Essa ocorrência aponta para uma memória social que não é senão discursiva, que reata os repetires dos dizeres em seus sentidos de incompletude que todos enunciados possuem. Nesse sentido, temos a incompletude como uma propriedade pela qual sujeito e sentido estão em movimento (ORLANDI, 2012).

Podemos perceber que todos, melhor dizendo, qualquer pessoa pode participar das ações e estados apresentados nos sintagmas verbais acima, mas pela ideologia do “sucesso”, o que o sujeito médio pretende atualmente é o lugar de evidência máxima. Todas as personalidades referidas nos recortes compartilham do prestígio midiático e, conseqüentemente, das pessoas comuns.

Ao passarmos para a representação parafrástica do enunciado: “**Xuxa** mostra seu lado solidário em SP”.

Tem-se um título que figura em letras bem grandes na parte superior da página em que se encontra e é seguido por uma breve reportagem da qual segue alguns excertos.

³ (CARAS, 16/05/2013, ed. 1019, ano. 19).

⁴ (CARAS, 09/05/2013, ed. 1018, ano. 19).

⁵ (CARAS, 25/04/2013, ed. 1016, ano. 19).

⁶ (CARAS, 21/06/2013, ed. 1024, ano. 20).



“**Reconhecida por sua preocupação social**, a **apresentadora** (50) deu mais um exemplo de solidariedade na abertura da ABF Franching Expo 2013.”

“A **eterna rainha dos baixinhos** foi madrinha do Espaço Social (...)”.

Nesses enunciados, mais especificamente nos trechos em negrito, existe uma forma parafrástica do sujeito do título, pois todos tratam de Xuxa. Em outros termos, seu nome é retomado nas figuras: “Reconhecida por sua preocupação social”, “apresentadora” e “rainha dos baixinhos”, por mais de uma vez, *ou seja*, os sentidos que cancelam o enunciado “**Xuxa** mostra seu lado solidário em SP” são apresentadora e rainha dos baixinhos sobretudo. Em “Reconhecida por sua preocupação social”, tem-se um aposto, isto é, um equivalente sintático ao termo a que se relaciona, porquanto poderia substituí-lo. Além das demais informações que os excertos trazem, como “deu mais um exemplo de solidariedade”, “foi madrinha do Espaço Social (...)”, o que mais evidencia Xuxa é o fato dela ser apresentadora e ter o foco da mídia, para desse modo ser considerada rainha dos baixinhos.

Em poucas palavras, uma memória que não se cala, de forma que é recorrentemente textualizada, produzindo *efeitos de sentidos*, entre um deles, o de literalidade. Assim, tanto pode ser explicitado a respeito de celebridades, encarnações do sucesso, desde quando essas figuram em títulos de “matérias”, que percebemos haver algo da ordem do repetível, da lembrança e do esquecimento que incessantemente se faz presente nos enunciados observados. Em face, pois, desse aspecto do discurso, é justa a colocação de que sujeito e sentido estão em movimento (ORLANDI, 2012), e, portanto, perpetuando o ritual de paráfrase o qual compõe a obra final da virtualidade do texto, isto é, o discurso.

CONSIDERAÇÕES

Com efeito, os sentidos sobre o sucesso e a formação do sujeito de sucesso se apresentam quando se trata de celebridades e a construção discursiva do sucesso que a mídia faz em seu entorno. No entanto, há outros campos que, a priori, o discurso de sucesso figura por outras estratégias semiológicas, a saber, a literatura e a internet. Sendo assim, merecem ser investigados com o rigor que a Análise do Discurso proporciona, como estamos realizando.

Portanto, entender a *produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo*, é analisar discursos do sucesso, que correspondam à atualidade, por meio de textos de circulação(atuação) na sociedade. E, inicialmente, apresentamos uma compreensão rápida dos sentidos e os sujeitos *produzidos* no meio midiático, mais especificamente, na revista Caras nas edições do primeiro semestre de 2013, focalizando os recursos linguísticos, enunciativos e textuais empregados na constituição discursiva de suas publicações, buscando depreender sua recorrência na produção de determinados efeitos de sentido sobre o sucesso.

Posto isso, em outro texto estenderemos o procedimento para analisar as similitudes e diferenças dos sentidos sobre o sucesso e a *formação* do sujeito de sucesso na sociedade brasileira



contemporânea, nos campos da mídia, da literatura de autoajuda e em comunidades virtuais para fãs de celebridades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COURTINE, J.-J.(1981). A análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos, SP, edUFCAR, 2009.

GUILHAMOU, J; MALDIDIER, D. História e discurso. In: ORLANDI, E (Org.) *Gestos de leitura: da história no discurso*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2010b.

ORLANDI, E. A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso. Campinas, SP: Pontes, 1996.

_____. Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. - 2ª ed-. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

_____. Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos. Campinas, SP: Pontes, 2001.

_____. Discurso em Análise: sujeito, sentido, ideologia. Campinas: Pontes, 2012.

PAYER, M. O. “Linguagem e sociedade contemporânea. Sujeito, mídia, mercado”. Revista Rua, No. 11. Labeurb/Nudecri/UNICAMP, 2005.

PÊCHEUX, M.[1975]. Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio. - 4ª ed.-, Campinas: Editora da UNICAMP, 2009.

_____. [1983] O discurso: estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 2006.