

O CONTRASTE NO DISCURSO DO SUCESSO: A DIAMETRALIDADE DISCURSIVA DO ENUNCIADO “OPOSTO”¹

EL CONTRASTE EN EL DISCURSO DE ÉXITO: LA DIAMETRALIDAD DISCURSIVA DEL ENUNCIADO “OPUESTO”

Thiago Barbosa Soares²

Universidade Federal do Tocantins

Resumo: Nosso objetivo neste artigo é descrever e interpretar a possibilidade do enunciado diametralmente oposto ao produzido no interior do discurso do sucesso ser um catalizador de sentidos passíveis de compor o instrumental analítico desse discurso. Compreendemos por diametralidade do enunciado sua negatividade marcadamente linguística que torna diametral a sua positividade. Assim, adotamos por pressupostos os postulados de Pêcheux (2009 [1975]; 2006 [1983]) e Orlandi (1996; 2012) na estruturação da Análise do Discurso, conforme nosso intuito de analisar os sentidos e sujeitos do sucesso na sociedade, considerando, entre outras coisas, o enunciado diametralmente oposto no interior dos discursos midiático e de autoajuda. Para consecução desta investigação, este artigo organiza-se da seguinte forma: num primeiro momento, apresentamos uma discussão conceitual teórica sobre a discursivização da negação. Num segundo momento, empreendemos um gesto de leitura sobre o sucesso e seu enunciado negativo em formulações da revista Caras (edição 1013 a 1019) e em três títulos de livros de literatura de autoajuda, a saber: “O Sucesso Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”, “O Sucesso Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)” e “O Sucesso de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”. Por fim, nas considerações finais, apreciamos, avaliamos e pesamos a trajetória aqui percorrida.

Palavras-chave: Análise do Discurso; Discurso do sucesso; Enunciado diametralmente oposto; Mídia; Literatura de autoajuda.

Resumen: Nuestro objetivo en este artículo es describir e interpretar la posibilidad de que el enunciado diametralmente opuesto al que se produce en el discurso del éxito pueda ser un catalizador de significados capaces de componer los instrumentos analíticos de ese discurso. Entendemos por la diametralidad del enunciado su marcada negatividad lingüística que hace diametral su positividad. Así, adoptamos los supuestos de Pêcheux (2009 [1975]; 2006 [1983]) y Orlandi (1996; 2012) en la estructuración del Análisis del Discurso, de acuerdo con nuestra intención de analizar los significados y sujetos del éxito en la sociedad, considerando, entre otras cosas, la afirmación diametralmente opuesta dentro de los discursos mediáticos y de autoayuda. Para llevar a cabo esta investigación, este artículo se organiza de la siguiente manera: en un primer momento, presentamos una discusión conceptual teórica sobre la discursivización de la negación. En un segundo paso, realizamos un gesto de lectura sobre el éxito y su manifestación negativa en las formulaciones de la revista Caras (edición 1013 a 1019)

¹ Artigo derivado do projeto de pesquisa intitulado "O sucesso midiático como ponte para o sucesso político" sob o número de registro 3441 junto à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação da UFT.

² Possui graduação em Letras, português/inglês, pela Universidade do Vale do Sapucaí (2009), em Psicologia pela Universidade Paulista (2014) e em Filosofia pela Universidade de Franca (2014), especialização em Estudos Literários pela Faculdade Comunitária de Campinas (2013), mestrado em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (2015) e doutorado em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (2018). É membro pesquisador do Laboratório de Estudos do Discurso (LABOR-UFSCar) e do Grupo de Estudos em Análise do discurso e História das ideias linguísticas (VOX-UFSCar). É professor nos cursos de graduação em Letras e de pós-graduação stricto sensu em Letras da Universidade Federal do Tocantins no campus de Porto Nacional. Email: thiago.soares@mail.uft.edu.br.

y en tres títulos de libros de literatura de autoayuda, a saber: “O Sucesso Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”, “O Sucesso Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)” y “O Sucesso de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”. Finalmente, en las observaciones finales, apreciamos, evaluamos y ponderamos la trayectoria tomada aquí.

Palabras-clave: Análisis del Discurso; Discurso de éxito; Enunciado diametralmente opuesto; Mídia; Literatura de autoayuda.

Submetido em 26 de dezembro de 2020.

Aprovado em 30 de janeiro de 2021.

Considerações iniciais

A fama que com a doçura de sua voz não passa de um eco, um sonho ou, antes, a sombra de um sonho que se dissipa e se esvai como o vento (MONTAIGNE, Ensaios, 1996, p. 233).

Neste artigo, nosso objetivo é descrever e interpretar a possibilidade do enunciado diametralmente oposto ao produzido no interior do discurso do sucesso ser um catalizador de sentidos passíveis de compor o instrumental analítico desse discurso. Comprendemos por diametralidade do enunciado sua negatividade marcadamente linguística que lhe torna diametral a sua positividade. Nesse jogo de relações de sentido parece haver um contraste do que se diz sobre quem faz sucesso na mídia com o que poderia ser dito, bem como o que se diz nos chamativos títulos de obras da literatura de autoajuda (SOARES, 2018a, p. 169), isto é, a tensão entre a positividade do enunciado e sua negatividade pode ser capaz de revelar um pouco mais do funcionamento do discurso do sucesso.

Por se tratar de um artigo em tom de ensaio, não seguiremos com tanta rigidez a ortodoxia acadêmica no que diz respeito à preocupação epistemológica no que concerne à formalização do uso explícito de uma teoria. Justamente por isso, é necessário que, caso entenda-se algo por incoerência, seja lembrado o que Nietzsche (1992, p. 28) disse: “Mas essas “leis da natureza”, de que vocês, físicos, falam tão orgulhosamente, como se – existem apenas graças à sua interpretação e péssima “filologia” – não são uma realidade de fato, um texto” (aspas do autor).

Também, de saída, lembramos que, por conta de nosso alvo de investigação, miramos a língua como a principal responsável por interpretar todos os elementos existentes no mundo externo e interno ao homem, pois, como a bem descreve

Benveniste, ela é como o sistema “interpretante de todos os outros sistemas, linguísticos e não-linguísticos” (BENVENISTE, [1969] 2006, p. 61). Isto é, “Sem a língua não teríamos condições de interpretar o que quer que fosse. Por isso, o discurso e suas forças antagônicas são analisados por meio da língua” (SOARES, 2019a, p. 26).

Posto isso, este texto não visa uma compreensão teórica *stricto sensu* acerca da diametralidade do enunciado, mas, antes, uma tentativa de observação conceitual relativamente flexível num ponto que toca à heterogeneidade constitutiva da linguagem (AUTHIER-REVUZ, 1990), em filigrana, o enunciado linguístico diametralmente oposto ao produzido no interior de um dado discurso. A partir dessa consideração, temos condições para observar a relação que a diametralidade discursiva mantém com a memória do discurso, noutras palavras, compreender qual a relevância do enunciado linguístico diametralmente oposto para a formação discursiva a que pertence um ou outro enunciado.

Em face disso, relacionaremos os eixos intradiscursivo e interdiscursivo, de forma que seja possível perceber o que está subjacente no intradiscurso e que tenha no interdiscurso mantido seu correlato de longo prazo histórico. Para, além disso, é premente que não reste dúvidas quanto às condições de produção intrínsecas ao enunciar, isto é, entender que mais do que enunciar algo, é sobrepor alguma coisa pela linguagem. Em outras palavras, o enunciado linguístico possui características que remetem, nessa visão, necessariamente ao seu funcionamento que, por seu turno, desnuda a justaposição do real criado conscientemente e expresso pela língua; todavia, o real em sentido laciano é aquilo que se acerta bruscamente, ou nas palavras de Pêcheux (1997 [1983], p. 29) “Não descobrimos, pois, o real: a gente se depara com ele, dá de encontro com ele, o encontra”.

Imbuídos dessas contribuições e do melhor espírito investigativo, analisaremos enunciados oriundos do discurso midiático e da literatura de autoajuda com relação ao sucesso e qual a implicação desse na formação dos sentidos e sujeito no interior do corpo social, considerando, entre outras coisas, o enunciado diametralmente oposto. Para tanto, alguns enunciados linguísticos em circulação na mídia serão utilizados, como, por exemplo, formulações da revista Caras (edição 1013 a 1019) e em três títulos de livros de literatura de autoajuda, a saber: “O Sucesso Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”, “O Sucesso Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)” e “O Sucesso de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”.

Por termos em vista o que foi dito, por enveredarmos pela seara do uso da língua em seus efeitos sociais e por adotarmos os pressupostos da Análise do Discurso, não olvidamos o que afirmou Pêcheux (2011 [1984], p. 228) acerca da relação entre sua própria pesquisa e a perspectiva arqueológica de Foucault, ao contrário, tomamos como um norte para o desenvolvimento deste estudo:

(...) a AD especifica-se por sua relação com a língua. (AD) partilha, enfim, com a *perspectiva arqueológica foucaultiana* o cuidado de considerar as condições históricas de existência dos discursos na sua heterogeneidade, mas ela visa a reintroduzir explicitamente no campo a problemática da língua (PÊCHEUX, 2011 [1984], p. 228, grifos do autor).

É a partir dessa perspectiva que nos voltamos para a compreensão da diametralidade do enunciado em sua negatividade marcadamente linguística funcionando no espaço do discurso do sucesso e quais operações discursivas são possíveis por meio de sua entrada na materialidade da língua. Para tanto, este artigo organiza-se da seguinte forma: num primeiro momento, apresentamos uma discussão conceitual teórica sobre a discursivização da negação. Num segundo momento, empreendemos um gesto de leitura sobre o sucesso e seu enunciado negativo em formulações da revista Caras (edição 1013 a 1019) e em três títulos de livros de literatura de autoajuda, a saber: “O Sucesso Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”, “O Sucesso Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)” e “O Sucesso de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”. Por fim, nas considerações finais, apreciamos, avaliamos e pesamos a trajetória aqui percorrida.

1. Discussão conceitual teórica: a discursivização da negação

Conforme nosso intuito de analisar os sentidos e sujeitos do sucesso na sociedade, considerando, entre outras coisas, o enunciado diametralmente oposto nos discursos midiático e de autoajuda, assim 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 (ORLANDI, 1996). Essa noção de discurso se articula com o conceito de formação discursiva que Pêcheux (2009 [1975], p. 147) define:

[...] aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado de luta de classes, determina *o que pode e deve ser dito* (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc.). Isso equivale a afirmar que as palavras, expressões, proposições, etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas [...] as formações discursivas representam “na linguagem” as formações ideológicas que lhes são correspondentes (grifo do autor).

Desse modo, uma palavra adquire sentido conforme a formação discursiva e ideológica em que se inscreve, na medida em que para a Análise do Discurso todo discurso é produzido numa conjuntura histórica e social (SOARES, 2019b, p. 42). Por outro lado, num 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).

Assim, por formação discursiva entende-se um conjunto de representações que não são universais nem individuais, mas dizem respeito, direta ou indiretamente, às posições ideológicas, política, econômica de onde se fala ou escreve e tem relação com a memória discursiva em que “toda formulação apresenta em seu “domínio associado” outras formulações que ela repete, refuta, transforma, denega..., isto é, em relação às quais ela produz efeitos de memória específicos” (COURTINE, 2009 [1981], p. 104, grifo do autor). Nesse sentido, as concepções de interdiscurso, intradiscurso, pré-construído e enunciado se articulam por circularem no domínio da memória.

É a partir do domínio de memória que podemos apreender os funcionamentos discursivos de encaixe de pré-construído e de articulação de enunciados (no sentido dado a estes termos): isso equivale a dizer que o domínio de memória representa, num plano de organização de *corpus* discursivo, o interdiscurso como *instância de constituição de um discurso transversal* que regula para um sujeito enunciativo, produzindo uma sdr em cp determinadas, o modo de doação dos objetos de que fala o discurso, assim como o modo de articulação desses objetos: é a partir do domínio de memória que poderá aproximar os processos que garantem a referência dos nomes por um sujeito enunciativo e autorizam, assim, a predicação [...] (COURTINE, 2009 [1981], p. 112, grifo do autor).

Nesses termos, toda produção discursiva efetuada sob determinadas circunstâncias faz inevitavelmente circular formulações já enunciadas anteriormente. A memória atravessa os dizeres em sua própria constituição retomando simultaneamente funcionamento da língua e da sociedade, mas, de maneira específica, a regulação dos objetos discursivizados é arregimentada pela conjuntura e pelos responsáveis por sua enunciação. 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 da autora).

A partir dessa perspectiva, a mídia é compreendida como principal veículo do 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). Portanto, “Não é possível mirar o sucesso como quem olha uma foto. Não se pode depreendê-lo de um golpe só” (SOARES, 2020a, p. 45). Pois, o sucesso, como praticamente todas as construções discursivas, reflete os movimentos existentes no interior do circuito social, de maneira que “Ele não é estático, mas dinâmico, sobretudo, se o considerarmos como uma configuração atual de dizeres cujos efeitos impactam direta e indiretamente nas relações econômicas e afetivas dos sujeitos” (SOARES, 2020a, p. 45).

No que tange à relação do sujeito ao sentido, consideramos para esta investigação o importante subsídio de Orlandi (2012, p. 88) ao afirmar: “(...) 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 a do outro. Ainda mais significativo é tal percepção quando se trata da materialização de sentidos e sujeitos em enunciados disseminados no interior do discurso do sucesso (SOARES, 2020a).

Ao observarmos o funcionamento do discurso do sucesso em uma de suas bases semióticas, a língua, cabe algumas ressalvas teóricas no que concerne a diametralidade,

porquanto essa não é um conceito “formado”, merecendo explicações, então, acerca de sua provável constituição antes de ser posta à prova em aplicações e em análises, como faremos mais adiante. Para tanto, alguns autores que tocaram o diametralmente oposto no discurso em sua versão de negatividade do enunciado precisam ser observados, como Freud, Lacan e Authier-Revuz, levando, sobretudo, em consideração a recomendação que diz: “Pero el conocimiento de las limitaciones de un discurso forma parte de la crítica de ese discurso; pues es la contrapartida de la justificación de ese mismo discurso en el interior de la circunscripción que revela la limitación” (RICOER, 1988, p. 27)³. Assim, os limites que fazem funcionar as tensões no interior do discurso parecem também funcionar no circuito social.

“As estruturas sociais e as estruturas psíquicas estão intimamente relacionadas, ensejando um exame dos componentes da coletividade e seus efeitos na conformação do inconsciente dos sujeitos” (SOARES, 2019a, p. 24). Posto isso, Freud em um ensaio, de 1925, intitulado *Die Verneinung*, trata da questão da negativa e suas possibilidades de interpretação. Nesse sentido, Freud (2006, p. 266) assevera que “Negar algo em um julgamento é, no fundo dizer: isto é algo que eu preferia reprimir”, e ainda “(...) descobrimos um não no inconsciente e que o reconhecimento do inconsciente por parte do ego se exprimi numa fórmula negativa” (FREUD, 2006, p. 269). Desse modo, a negação linguística constituiria uma “amostra” de uma negativa de *catexia*⁴, ou seja, é um caminho para o reprimido e, por conseguinte, participa da repressão.

A explicação metapsicológica⁵ de Freud sobre a constituição da negativa pode ser mais bem compreendida do seguinte modo:

- 1) A negação é um meio de tomar consciência do recalçado;
- 2) O que é suprimido é apenas uma das consequências do processo de recalçamento, isto é, o fato de o conteúdo representativo não atingir a consciência. Daí resulta uma espécie de admissão intelectual do recalçamento;
- 3) Por meio do símbolo da negação, o pensamento liberta-se das limitações do recalçamento (LAPLANCHE; PONTALIS, 1983, p. 375).

Na esteira de Freud, Lacan amplia a concepção de negação, formulando a forclusão:

³ Tradução nossa: “Mas o conhecimento das limitações de um discurso faz parte da crítica desse discurso; visto que é a contrapartida da justificação daquele mesmo discurso dentro da circunscrição que revela a limitação”.

⁴ Investimento libidinal, isto é, a energia psíquica envolvida nos processos de constituição do sujeito.

⁵ Metapsicologia é uma teoria desenvolvida por Freud que se pretende científica por descrever a organização e o funcionamento do psiquismo através de sistemas, como o sistema consciente, pré-consciente e inconsciente, cada um operando conforme uma dinâmica interna em correlação aos demais.

Conceito forjado por Jacques Lacan para designar um mecanismo específico da psicose, através do qual se produz a rejeição de um significante fundamental para fora do universo simbólico do sujeito. Quando essa rejeição se produz o significante é foracluído (ROUDINESCO; PLON, 1998, p. 245).

Assim, para Lacan a foraclusão seria um sintoma da psicose, de forma que essa se manifeste em relativa disjunção com o mundo em que parte da realidade empírica é negada por mecanismos de funcionamento inconsciente. Portanto, nesse sentido, é possível afirmar que a formulação da língua (como um interpretante máximo) é ultrapassada e extrapolada de sua constituição linguística que não se restringe às sentenças negativas, mas que a ela está funcionalmente vinculada. Negar a realidade compartilhada é uma das formas de negação, bem como o é a negação linguística.

Outra autora que toca a questão da negação é Authier-Revuz (2001) em que trata, na esteira da psicanálise freudo-lacaniana, como denegação, isto é, a negação como marca capaz de localizar o outro na produção enunciativa. Noutras palavras, Authier-Revuz (1998) reconhece uma heterogeneidade constitutiva da própria língua, que por sua vez, é denegada por uma heterogeneidade mostrada. Nesse norte, o sujeito está irremediavelmente sempre no domínio da heterogeneidade, quer mostrada, quer constitutiva. A heterogeneidade, desse ponto de vista, pode ser entendida como integrante formal das produções de sentido, de maneira que a representação discursivizada do sujeito também seja constantemente modulada por esta característica da linguagem. Portanto, apontar para o sentido, requer uma compreensão do domínio não homogêneo do sujeito e das forças que atuam em sua formatação.

Nessa configuração, a contribuição é a de Foucault (1995) ao abordar a questão do sujeito, pois para ele “não é o poder, mas o sujeito, que constitui o tema geral de minha pesquisa” (FOUCAULT, 1995, p. 232). Foucault afiança que é a objetivação que transforma os seres em sujeitos e elenca para o seu estudo três formas de objetivação: pela língua, pela economia e pela biologia. Além disso, para o mesmo autor, “o sujeito é dividido no seu interior e em relação aos outros” (FOUCAULT, 1995, p. 231). Portanto, a entrada do sujeito no âmbito social é mais do que sua objetivação, outrossim, é sua própria subjetivação, na medida que subjetivação e objetivação caminham lado-a-lado. O subsídio de Foucault soma-se ao dos demais autores que trouxemos mais acima. Esses e seus conceitos, como vimos, apresentam as veredas necessárias para empregarmos a análise do enunciado diametralmente oposto ao produzido no interior do discurso de sucesso e, conseqüentemente, para o desenvolvimento da investigação aqui

proposta, uma vez que os retomamos pela necessidade teórica e discursiva para marcarmos o diferencial epistemológico de certas concepções que figuram no horizonte deste artigo. Em outros termos, fizemos um levantamento relativamente breve do que é imprescindível para levarmos a cabo o gesto de leitura a seguir.

2. Gesto de leitura: o sucesso e seu enunciado negativo

A partir da definição de enunciado de Courtine (2009 [1981]) serão desenvolvidas análises de enunciados que são de uso corrente na mídia para que assim possamos compreender como surge e o funcionamento do sujeito de “sucesso”, considerando, posteriormente, entre outras coisas, o enunciado diametralmente oposto ao produzido nos recortes. Estas análises são orientadas pelos procedimentos da Análise do Discurso. Vejamos alguns enunciados abaixo, recortados da revista “CARAS” da edição 1013 a 1019.

Rodrigo Faro abre sua casa e apresenta a caçula Helena⁶.

Michel Telô fez o mundo inteiro cantar em português⁷.

Adriane Galisteu se emociona com festa surpresa pelos seus 40 anos⁸.

Marcio Garcia lança ‘Angie’ no castelo de caras⁹.

Tom Cruise realiza première no Rio de Janeiro¹⁰.

Tais enunciados estão dispostos de forma a facilitar a compreensão de suas formulações, ou seja, o intradiscurso – eixo horizontal – que por sua vez, faz remissão a um interdiscurso – eixo vertical – (COURTINE, 2009 [1981]). Ambos de nosso interesse, todavia nos manteremos com o foco nas formulações, primeiramente nos enunciados de base afirmativa e, posteriormente, analisaremos a diametralidade oposta desses. Portanto, mais do que perceber a relação de vinculação entre os dois eixos, objetivamos compreender o funcionamento discursivo do enunciado diametralmente

⁶ (CARAS, 09/05/2013, ed. 1018, ano. 19).

⁷ (CARAS, 02/05/2013, ed. 1017, ano. 19).

⁸ (CARAS, 25/04/2013, ed. 1016, ano. 19).

⁹ (CARAS, 18/04/2013, ed. 1015, ano. 19).

¹⁰ (CARAS, 04/04/2013, ed. 1013, ano. 19).

oposto como uma possibilidade de averiguar sentidos e sujeitos presentes ou apagados na tensão entre positividade e negatividade no interior do discurso do sucesso.

Assim, ao analisar brevemente os enunciados acima, podemos perceber uma estrutura linguística “pronta”, em que se repete o mesmo tipo de sujeito sintático, para relatar sobre pessoas (sujeitos) que supostamente são conhecidas por todos. Trata-se, em tese, de um lugar sintático preenchido, a cada enunciado, por um “sujeito de sucesso”. Há na (re)produção dessas sequências enunciativas o funcionamento/manutenção da memória coletiva, o que corrobora a existência de um “lugar” na estrutura sintática para o sujeito de sucesso, que por sua vez, é percebido através da ausência de elementos linguísticos, como por exemplo, o artigo, ou mesmo quaisquer outros caracterizadores de lugar de origem, profissão, idade, grau de instrução e etc., quer dizer, somente o *nome* já é o bastante, pelo fato do mesmo estar ocupando o “lugar” do sujeito de sucesso.

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, vemos pelo fato de não ser explicitado algo a respeito de tais ídolos. Esse fato aponta uma memória social que não é senão discursiva, que reata os repetires dos dizeres em seus sentidos de incompletude que todos enunciados possuem. Nesse âmbito, 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 máximo. Todas as personalidades referidas nos recortes compartilham do prestígio midiático (e, conseqüentemente, das pessoas comuns).

Em conformidade com o que foi dito, os títulos de livros abaixo fornecem indícios para compreendermos o fenômeno do discurso de sucesso circulante na mídia como outra discursividade, noutras palavras, não se trata mais de sujeitos que ocupam determinada posição privilegiada no sintagma nominal mesmo em repetições parafrásticas, trata-se de dizer sobre o sucesso, ou seja, apontar e descrever o sucesso, sobretudo, como se chega até ele. Vejamos:

“**O Sucesso** Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”.

“**O Sucesso** Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)”.

“**O Sucesso** de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”.

Esses títulos são ilustradores quanto à questão da emergência massiva do sucesso na sociedade brasileira contemporânea como uma busca, na medida em que representam uma demanda de conhecimento de como se chega ao sucesso, melhor dizendo, os livros que trazem os títulos supracitados não são senão tutoriais para se conhecer o “caminho” até o sucesso. Assim, é importante para a sociedade saber que o sucesso está em algum “lugar”, que há sucesso “passo a passo”, que o sucesso de “hoje” é o de “amanhã”, pois como uma pessoa comum chegaria ao sucesso caso não soubesse como e por quais vias alcançá-lo, daí a função dos “manuais” de ascensão ao sucesso.

Além disso, a constituição sintática desses títulos possui, não sem razão, certas especificidades, como o núcleo do sintagma nominal ser “sucesso”, que por sua vez, faz com que os outros termos girem ao seu redor e, ainda, o fato desse núcleo possuir um especificador, ou seja, o artigo definido masculino “o”, cujo efeito não é outro senão o de (re)conhecimento do sucesso por qualquer um que trave contato com tais títulos. Nesse sentido, o sucesso não é somente conhecido como também procurado há algum tempo como as datas dos títulos podem demonstrar, o que corrobora a ideia do discurso de sucesso não ser tão hodierna, porquanto o sucesso não é apenas um dizer, é um fazer histórico determinado por uma conjuntura dada, noutras palavras, é ser sujeito de sucesso ou estar fadado a sua constante busca.

Haja vista o que foi dito até agora, não é difícil perceber que há algo da ordem do repetível, da lembrança e do esquecimento que não cessa de se fazer presente nos enunciados aqui vistos, sendo via conceitos operacionais da Análise do Discurso de linha francesa que investigamos essa memória do enunciado presente na ideologia de sucesso que gira no seio social por diversas funções, haja vista que a ideologia não é “X”, mas os mecanismos de produzir “X” (ORLANDI, 2008). Do dizer e do fazer emergem os sentidos e os sujeitos que partilham o funcionamento de uma determinada ideologia, operando ferramentas capazes de disseminar efeitos que se materializam em enunciados que, por sua vez, compõem uma ou outra formação discursiva.

Sob o prisma do enunciado linguístico diametralmente oposto no interior do discurso de sucesso, a partir deste ponto palmilharemos, porquanto sem esse caminho

percorrido até aqui seria relativamente difícil fazer novas relações das quais a diametralidade oposta e os efeitos de sentido do discurso de sucesso estão envolvidos. Portanto, continuaremos com os enunciados recortados da revista “CARAS” da edição 1013 a 1019 e com os três títulos de livros, “O Sucesso Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”, “O Sucesso Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)” e “O Sucesso de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”, para, assim, distinguir como funciona o enunciado diametralmente oposto tanto no meio de disseminação midiática quanto na literatura de autoajuda. Os sujeitos e sentidos são aproximados e, ao mesmo tempo, diferenciados no sentido de que cada um desses âmbitos, mídia e autoajuda, remetem a um desempenho particular da ação do discurso de sucesso.

Nessa toada, os seguintes enunciados não possuem um diametralmente oposto cujo sentido poderia ser tratado pela mídia:

Rodrigo Faro abre sua casa e apresenta a caçula Helena¹¹.

Marcio Garcia lança ‘Angie’ no castelo de caras¹².

Tom Cruise realiza première no Rio de Janeiro¹³.

Uma primeira constatação perfunctória volta-se para a formulação dos enunciados que se estende a outros tantos no espaço midiático, a saber, a positividade que extrapola a realização de ações em sentenças declarativas, mas diz respeito ao caráter de visibilidade que todos enunciados trazem aos sujeitos de sucesso. Desse modo, parece existir importância para as atividades expressas nos enunciados e mais ainda em quem as pratica. Portanto, parece não haver motivos suficientes para trazer a público atitudes, comportamentos e condutas que as celebridades não fazem na medida em que isso não parece ser relevante e traria a essas justamente a negatividade sempre apagada no discurso de sucesso midiático, pois não se tem ou é muito raro o tipo de enunciado a seguir:

“**Rodrigo Faro** não abre sua casa e apresenta a caçula Helena”.

“**Marcio Garcia** não lança ‘Angie’ no castelo de caras”.

¹¹ (CARAS, 09/05/2013, ed. 1018, ano. 19).

¹² (CARAS, 18/04/2013, ed. 1015, ano. 19).

¹³ (CARAS, 04/04/2013, ed. 1013, ano. 19).

“Tom Cruise não realiza première no Rio de Janeiro”.

“Toda ideologia interpela os indivíduos concretos enquanto sujeitos concretos, através do funcionamento da categoria de sujeito” (ALTHUSSER, 1992, p. 96). Ora, “A ideologia tem suas raízes profundas no inconsciente, agindo, muitas vezes, sorrateiramente na elaboração dos sujeitos "bons" por isso quem não lhe reconhece e lhe é contrário chama-se sujeito "mau" ou subversivo” (SOARES, 2019, p. 33, aspas do autor). Assim, a negativa caracteriza mais do que um não fazer quando se trata de um sujeito de sucesso, porquanto conecta ao sujeito a negatividade presente no interior de um discurso que visa à evidência social e, logo, a própria positividade discursiva materializada em práticas e enunciados em circulação no espaço midiático.

Com isso dito, podemos compreender, ainda que inicialmente, que determinados enunciados que discorrem sobre sujeitos de sucesso não possuem um outro enunciado diametralmente oposto, porquanto não produzem “ecos” em suas diametralidades, e ainda, não abarcam outra formação discursiva em seus enunciados linguísticos diametralmente opostos. Dito de outra forma, quando o enunciado é individualizado, como é o caso, uma de suas funcionalidades, em tese, é de apresentar o sucesso materializado em pessoas mais do que bem sucedidas (PAYER, 2005), ou seja, o “lugar” do sujeito de sucesso que se identifica consigo mesmo em declarações positivas, não negativas.

Diante disto, podemos ainda aventar que enunciados linguísticos diametralmente opostos dos enunciados que tratam de sujeitos de sucesso seriam, na pior das hipóteses, o tipo de enunciado cuja identificação de pessoas comuns ocorriam, pois elas sim não podem fazer tais coisas como se fossem eventos fantásticos que marcam época. Em outros termos, qualquer pessoa pode ocupar (e ocupa) a posição sujeito dos enunciados diametralmente opostos proporcionais aos retirados da revista *Caras*. Com efeito, a mídia faz uso expressivo desse recurso não só para vender produtos, comportamentos, mas para fazer manutenção do status desse tipo de sujeito, isto é, o sujeito de sucesso. Como podemos perceber, “A mídia conserva a hegemonia ideológica em suas práticas discursivas, de modo a perpetuar o edifício do sucesso e seus atributos, num apelo sutil a um item da sentença do imperador Vespasiano: "pão e circo para o povo"” (SOARES, 2019a, p. 33).

Nos enunciados retirados da revista *Caras*, o sucesso funciona por meio da performance de sujeitos que são “conhecidos” e ganham destaque por suas ações expressas. Desse ponto de vista, podemos observar os títulos de livros citados acima pelo viés da diametralidade, ou seja, entender os efeitos de sentido dos enunciados diametralmente opostos em enunciados não individualizados. Em outros termos, quais características possuem enunciados nos quais não se trata de alguém em específico, e conseqüentemente, são enunciados voltados para a coletividade, ou melhor, para qualquer um. Ante essa indagação inicial, vejamos os seguintes enunciados retirados de títulos de livros da literatura de autoajuda:

“**O Sucesso** Está no Equilíbrio”. “**O Sucesso** não Está no Equilíbrio”.

“**O Sucesso** Passo a Passo”. “**O Sucesso** não é Passo a Passo”.

“**O Sucesso** de Amanhã Começa Hoje”. “**O Sucesso** de Amanhã não Começa Hoje”.

Os enunciados acima estão pares com seus respectivos diametralmente opostos para facilitar nosso gesto de análise. Os títulos de livros mostram caminhos específicos para se chegar ao sucesso, em outras palavras, tem-se uma forma de entrada do indivíduo no âmbito social pelo sucesso, isto é, numa palavra, a objetivação na concepção que Foucault (1995) dá a esse conceito por colidir o funcionamento da língua, da economia e do fator biológico ao funcionamento do social do sujeito. Haja vista o discurso ser fundamentalmente estrutura e acontecimento (PÊCHEUX, 1997 [1983]) e ser, por isso, o modo por meio do qual os sujeitos e os sentidos ganham densidade existencial, a objetivação do sucesso nesses enunciados refere-se ao sucesso ser marcado por uma positividade passível de ser adquirida por todos em um trajeto tematizado pelo próprio sucesso.

Todavia, as formulações diametralmente opostas neste caso indicam uma formação discursiva divergente, ou seja, não apontam para o sucesso, sim para o insucesso, já que o sucesso não está no equilíbrio, quer dizer, o insucesso está. O sucesso não é passo a passo, pois é o insucesso que é passo a passo. Portanto, o sucesso de amanhã não começa hoje, mas o que começa hoje é o insucesso. A perspectiva passa a ser outra quando se pensa no enunciado diametralmente oposto, porquanto o caminho do insucesso é apontado justamente como outra entrada do sujeito no âmbito social, ou seja, outra objetivação que, por sua vez, apresenta a própria contradição ideológica cuja

resistência, nesse caso, seria observada na oposição do discurso de sucesso difundido por enunciados linguísticos diametralmente opostos. Em um sentido, a objetivação, cujo escopo determinados enunciados possuem ao serem difundidos, é efetivamente outra da qual a diametralidade pode revelar algo como, por exemplo, o lugar ou posição em que se encontram os sujeitos bem sucedidos, de sucesso (PAYER, 2005; SOARES, 2020a), ou mesmo os comuns.

Disso resulta que no interior de um discurso pode haver mais de uma formação discursiva como aventara Courtine (2009 [1981]), contudo, não tão nitidamente, pois os enunciados constantemente passam por reformulações de cunho parafrástico. “O sentido da palavra “comunismo” em uma dada formação discursiva progressista é positivo porque se contrapõem ao sentido de capitalista” (SOARES, 2020b, p. 46) existente em outra formação discursiva contraditória. No entanto, quando se trata do enunciado diametralmente oposto não existe aí uma paráfrase, embora seja, entre tantas coisas, como vimos, uma reformulação em nível intradiscursivo. No essencial, podemos fazer alguma aproximação do enunciado dividido (COURTINE, 2009 [1981]) com o enunciado diametralmente oposto, na medida em que o último fizer referência a uma formação discursiva diferente daquela enunciada, dessa forma, dizendo mais ainda sobre os efeitos de sentido de um enunciado, por extensão da formação ideológica em que se inscreve.

Considerações finais

Neste artigo oriundo de investigações que orientaram o estudo da construção do enunciado diametralmente oposto no interior da constituição dos sentidos e sujeitos de sucesso, contudo, não levamos às últimas consequências a proposta do enunciado diametralmente oposto e sua propositura conceitual-metodológica, antes, apresentamos mais um viés de aplicação para análise de enunciados linguísticos que tem como cerne a descrição e interpretação de sentidos e seus efeitos, como é o caso da Análise do Discurso de linha francesa. Tratamos da relação não apenas semântica, mas discursiva da construção do enunciado linguístico frente à tensão existente entre os polos da positividade e da negatividade que, no discurso do sucesso da mídia e na literatura de autoajuda, refere-se a uma configuração de valores sempre sugestivos de alguma atividade socialmente relevante.

Passamos por alguns autores como forma de a eles nos filiar-mos a suas ideias e, por conseguinte, diferenciarmos de outros. Muito embora haja aproximações feitas ao longo do percurso desta investigação que não são tão usuais e mesmo até inconsequentes, fato que não menospreza nenhuma teoria, mas ao contrário, marca posicionamentos teóricos distintos e, mais do que isso, formas complementares de proceder ao método interpretativo tão importante às Ciências Humanas. Esperamos, por meio de nosso empreendimento teórico-prático ter conseguido expor um gesto de leitura do funcionamento do enunciado diametralmente oposto a partir da análise do discurso de sucesso por meio de enunciados que exercem o papel de disseminadores de sentidos e sujeitos numa perspectiva ligada diretamente ao sucesso tanto na mídia quanto na literatura de autoajuda, e, em equivalência, tecemos observações sobre o sucesso em enunciados diametralmente opostos, averiguando seus possíveis efeitos de sentido na formação discursiva do sucesso.

Vimos que a mídia, aqui representada pela revista *Caras*, apresenta o que suas celebridades fazem, desde atos mais triviais de frequentar castelos até as atividades mais distintas de receber visitas na própria casa. A visibilidade dos sujeitos de sucesso está intimamente ligada à constituição da positividade dos enunciados, pois a falta dessa evidência midiática pode causar o desaparecimento do sucesso, uma vez que dependendo das condições específicas de produção “o X produzido, pode por diversas razões, ser interpretado como Y” (SOARES, 2018b, p. 116). Quanto à literatura de autoajuda, aqui representada pelos títulos “O Sucesso Está no Equilíbrio (WONG, 2006)”, “O Sucesso Passo a Passo (GEHRINGER, 2010)” e “O Sucesso de Amanhã Começa Hoje (MAXWELL, 2011)”, volta-se para a expressão das sendas para o sucesso como sua positividade necessário, ao passo que o enunciado diametralmente oposto demonstrou o quanto as condições de produção desses enunciados são efetivamente parte integrante da negatividade apagada no processo de discursivização de sentidos e sujeitos de sucesso na literatura de autoajuda.

Acerca do funcionamento do discurso do sucesso, em suas duas vertentes complementares, podemos afirmar que “O discurso do sucesso midiático e o discurso do sucesso da literatura de autoajuda trabalham na composição de, entre outras coisas, fomentadores da competição social” (SOARES, 2020a, p. 64). Essa constatação pode ser mais bem observada quando trazemos à luz o enunciado diametralmente oposto daquele produzido no interior dos discursos do sucesso, pois fornece os mais sólidos

indícios de que a materialidade ideológica do sucesso faz dizer “X” como uma positividade absoluta pertencente tanto aos sujeitos quanto aos sentidos que devem participar da discursividade do sucesso. Portanto, do ponto de vista discursivo, a diametralidade do enunciado não apenas tem potencial para flanquear entradas possíveis em textos, como também se mostrou produtiva na análise do funcionamento do insidioso discurso do sucesso.

Referências

ALTHUSSER, A. **Aparelhos Ideológicos do Estado**: Notas sobre os Aparelhos Ideológicos de Estado. Trad. Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro 6 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). In: **Caderno de Estudos Linguísticos**. n. 19. Campinas: Unicamp/IEL, jul./dez., 1990, p. 25-42.

AUTHIER-REVUZ, J. **Palavras incertas**: as não coincidências do dizer. Trad. Cláudia Pfeiffer et. al. Campinas: Editora da Unicamp, 1998.

AUTHIER-REVUZ, J. Psychanalyse et champ linguistique de l'énonciation: parcours dans la meta-énonciation. In: ARRIVÉ, M.; NORMAND, C. (orgs.). **Linguistique et Psychanalyse**. Paris: Ed. In Press, coll. Explorations Psychanalytiques, 2001, p. 91-108.

BENVENISTE, E. [1969]. Semiologia da língua. In: **Problemas de Linguística Geral**, vol. II. 2 ed. Campinas: Pontes, 2006, p.43-67.

COURTINE, J.-J. [1981]. **A análise do discurso político**: o discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos, SP, EdUFSCAR, 2009.

FOUCAULT, M.O. O sujeito e o poder. In: Rabinow, P. & Dreyfus, H (Orgs.). **Michel Foucault. Uma trajetória filosófica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

FREUD, S. A negativa. In: **Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**. Trad. Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 2006. Vol. XIX, p. 263-269.

GEHRINGER, M. **Sucesso passo a passo**. São Paulo: Globo, 2010.

LAPLANCHE, J.; PONTALIS, J-B. **Vocabulário da psicanálise**. Trad. Pedro Tamen. 7 Ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

MAXWELL, J. **O sucesso de amanhã começa hoje**. Trad. Omar de Souza. São Paulo: Mundo Cristão, 2005.

NIETZSCHE, F. **Além do bem e do mal**: prelúdio a uma filosofia do futuro. trad. Paulo César de Sousa. 2 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

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

ORLANDI, E. **Terra à vista** - Discurso do confronto: Velho e Novo Mundo. 2 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2008.

ORLANDI, E. **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. 4 ed, Campinas: Editora da UNICAMP, 2009.

PÊCHEUX, M. [1983]. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 2006.

PÊCHEUX, M. [1984]. Especificidade de uma disciplina de interpretação (A Análise de Discurso na França). In: **Pêcheux, Michel**. Análise de Discurso. Textos escolhidos por Eni Orlandi. Campinas: Pontes, 2011, p. 227-230.

RICOEUR, P. **El discurso de la acción**. Madrid: Ediciones Cátedra, 1988.

ROUDINESCO, E.; PLON, M. **Dicionário de psicanálise**. Trad. Vera Ribeiro et. al. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

SOARES, T. B. **Múltiplas perspectivas em Análise do Discurso**: objetos variados/ Thiago Soares Barbosa (org.) – São Carlos – SP: Pedro & João Editores, 2018a.

SOARES, T. B. **Percurso linguístico**: Conceitos, críticas e apontamentos. Campinas, SP: Pontes, 2018b.

SOARES, T. B. Teoria Crítica e Análise do Discurso: a mídia como objeto comum. **Porto das Letras**, v. 5, n. 1, p. 21 - 38, 9 mar. 2019a.

SOARES, T. B. Formação Discursiva: uma noção com dois fundadores. In: **Leitura, Discurso e Produção dos Sentidos**: múltiplas abordagens (Série Estudos Resumidos, volume 63) / Organização Osalda Maria Pessoa. Jundiaí, Paco Editorial, 2019b. p. 37-51.

SOARES, T. B. **Composição discursiva do sucesso**: efeitos materiais no uso da língua. Brasília: EDUFT, 2020a.

SOARES, T. B. **Concisa apresentação da linguística**: um panorama da gramática comparada à pragmática. São Paulo: Pimenta Cultural, 2020b.

WONG, R. **O sucesso está no equilíbrio**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.