

Discursos do Sucesso: A Produção de Sujeitos e Sentidos do Sucesso no Brasil Contemporâneo

Kéllyta Zaine Pereira da Cunha



SOARES, Thiago Barbosa. *Discursos do sucesso: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2017. 285 p. ISBN: 978-85-7993-396-7.

Submetido em 22 de novembro de 2018.

Aprovado em 15 de janeiro de 2019.

O livro *Discursos do sucesso: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo*, escrito pelo professor da Universidade Federal de Tocantins Thiago Barbosa Soares e publicado pela Editora Pedro & João Editores é prefaciado por um professor da Universidade Federal de São Carlos, Carlos Piovezani. É dividido em três partes. A primeira parte denominada *Análise do Discurso*: permeando meandros, traz análises e conceitos sobre o estudo do discurso, a segunda discorre sobre os discursos do sucesso e a última analisa comparações por meio de mecanismos textuais e discursivos ali empregados, compreender a construção de discursos do sucesso.

É dividida minuciosamente em quatro subtítulos, como gênese um breve histórico sobre o surgimento a Análise do Discurso (AD), para que esse estudo ocorra o autor utiliza nomes como Saussure e Pêcheux e fragmentos dos mesmos para consolidar aquilo que discorre, e oposições/concordância de outros mestres. Pêcheux estabelece na sua teoria que o discurso é proveniente de produções oferecidas seguindo as relações de sentido nas quais é confeccionado, segundo Malidier nos delineiam componentes para uma história de AD na França e nos leva aos seus fundadores, Jean Dubois e Michel Pêcheux, não esquecendo que na primeira fase o sujeito é tido como assujeitado por um processo inconsciente de sua entrada na mundo simbólico da língua(gem).

Um dos constituintes teórico-metodológicos de exame do discurso e, portanto, ferramenta da AD é a formação discursiva (FD) que segundo Foucault é um sistema de dispersão que constata a estabilidade dos enunciados no discurso, ou seja, a FD seria uma prática, por essência ideológica; formações ideológicas estariam unidas à produção de sentidos, como, por exemplo, em “A Rainha dos baixinhos” (SOARES, p.54), os indivíduos dentro de uma dada sociedade saberiam que se trata da uma atriz/cantora Xuxa Meneguel. Ainda a respeito das FD, de acordo com o autor, Fuchs e Pêcheux estabelecem o interdiscurso como alicerçado em uma formação discursiva que é constituída-margêda pelo que é exterior, isto é, como se as FDs participassem de um movimento que não tivesse fim, sentidos que originam outros sentidos em um movimento contínuo.

Para Soares, a formação discursiva seria indivisível do interdiscurso que estabelece a coerência dos enunciados e esses fluem de uma FD a outra podendo engendrar novos (efeitos de) sentido. Assim, o núcleo do discurso é o controle do dizível que forma as FDs e a ele se une o pré-construído. É nessa instância interdiscursiva que se constrói os sentidos, como diz Orlandi a respeito do interdiscurso: seria “a memória do dizer”.

O sujeito aqui também é descrito a partir da raiz epistemológica da AD, pois tem relevância para os estudos discursivos, sobretudo, na constituição dos sentidos e sujeitos do sucesso no Brasil contemporâneo. Para tanto, o autor expõe uma problemática na página 65, que consiste na não determinação do sujeito, que seria um local determinado e vazio que pode ser ocupado por distintos indivíduos. Soares recorre a Courtine, um dos teóricos empregados como suporte da pesquisa, para quem o saber da FD ocorre do grupo de asserções que destina ao sujeito universal (SU) responsável pelo enunciável

exterior ao sujeito que enuncia. Desse modo, o escritor de *Discursos do sucesso* faz a articulação que se encontra na origem da AD, a saber, da língua(gem), do sujeito e da sociedade, atualizando a "tríplice aliança".

Análise do Discurso abrange o exterior no interior em uma atividade dialética para que ocorra a produção de sentido, e o sujeito é dividido por não conhecer as designações de seu dizer e como origem desse dizer. Sendo assim analisar determinado discurso numa conjuntura social é frisar “as condições ideológicas da reprodução transformação das relações de produção” Aqui você pode apenas colocar a página onde se encontra essa citação no livro (PÊCHEUX, 2009 [1975], p. 68).

A segunda parte *A ordem do discurso do sucesso*: pontos de vista, sob olhar filosófico, sociológico e psicanalítico. Sob a perspectiva de Foucault o discurso é **controlado** pela interdição a qual é vista como um recurso que **limita** enunciação do discurso. Os **procedimentos** de controle do discurso consistem na construção do sujeito em sua relação com a linguagem. O autor toma por base Pêcheux e Foucault, as diferenças e semelhanças entre seus pensamentos, conceituações e metodologias para traçar um paralelo entre ambos no qual figura a complementaridade.

O autor descreve a visão de Nietzsche para a verdade afirmando sê-la um valor não uma essência objetiva, ou seja, é uma construção histórica de tempos em tempos. A verdade, conforme a visada nietzschiana, em acordo com os postulados do autor, passa por certas regulações para quais o discurso é motor. Desse ponto de vista, não poderíamos buscar o sentido contemporâneo de sucesso em sua etimologia, mas, sim, nas produções discursivas que o descrevem ou que o almejam. Tenta-se compreendo fenômeno social/discursivo, a construção do sujeito dentro das diversas contribuições desde a filosofia à psicanálise, passando pela sociologia a fim de se afastarem das críticas, pois o discurso cruza diferentes FDs e que por efeito de sentido estarem enlaçados aos sentidos de sucesso na sociedade são distintos.

Soares recorre a Cortella que tem como perspectiva o sucesso **como** conquista e não por meios inapropriados, isto é, uma busca honrosa pelo sucesso, para Aristóteles em sua obra “Ética a Nicômaco” a felicidade através da justa medida, alguém famoso pela virtude, o mesmo diz “Chamamos de magnânimo o homem que considera digno de grande coisa se está à altura delas; pois aquele que se arroga uma dignidade da qual não está à altura é um tolo” (2008, p.89), a fama, dessa visada, trata da busca de reconhecimento por alguém que não é magnânimo.

De acordo com Soares, o sucesso em nossa sociedade é ditado pelo valor dos ‘detentores de *status*’ e cita, como exemplos, Alexandre ‘O grande’, Carlos Mago, dentre outros homes de grandes realizações que isto se prova devido assas suas múltiplas obras memoráveis seriam essa , então, a distinção das chamadas celebridades. Essa imagem do herói/sujeito sempre esteve sujeita às formações discursivas que ditam ao sujeito o que pode e deve ser dito (Aqui você pode e deve fazer suas críticas). Todavia, a criação de um confronto entre o sentido de "sucesso" em tempos anteriores com os sentidos adquiridos na atualidade representa, entre outras coisas, uma crítica social ao consumo motriz do sucesso.

Para Soares, Bernardo Sorj baseia-se na Sociologia para estudar os fenômenos que se dão em sociedade. Para ele o consumidor é uma espécie de colisor de discursos advindos de variadas áreas, o consumo seria um dos principais fatores de adequação e regulação da individualidade. De acordo com Soares, Bauman revela o insaciável consumo que ocasiona um círculo vicioso, essa necessidade de consumir é um fator a identificação.

Os meios de comunicação exercem certa persuasão, que requer táticas para produzir seu intento, então, as tendências de consumo são ditas pelo discurso do sucesso, como diz Soares (2017) ‘com efeito, o sucesso vende’ (p.113)

O psicanalista Erich Fromm vê o sucesso como um produto de mercado, uma forma do mercado moldar as relações sociais, ele nos expõe alguns dos mecanismos de dispersão do discurso. Freud, o pai da Psicanálise, diz que o mal está na civilização, pela cultura, que estabelece limites nos indivíduos, isto é, no controle e liberdade dos impulsos.

O autor de *Discursos do sucesso* traz as contribuições anteriores para analisar com fôlego um conjunto de matérias extraídas da revista "Caras" e da moderna literatura de autoajuda. Vemos, assim, o tecido dos sentidos e sujeitos do sucesso dissecado na análise da Revista ‘Caras’ e em literaturas de autoajuda como “O sucesso está no equilíbrio, “O sucesso passo a passo” e o “O sucesso de amanhã começa hoje”.

A revista Caras tem espaço privilegiado para as imagens, sendo seu conteúdo eclético; as imagens permitem uma leitura rápida, um público amplo, sua forma e conteúdo permitem saber muitos aspectos da nossa sociedade contemporânea no âmbito do sucesso.

Utilizaremos, a título de ilustração, um enunciado entre os muitos analisados por Soares.

Alessandra Ambrósio, estrela da moda¹

Em L.A., ela fotografa sob o olhar atento de Tico Sahyour

Alessandra Ambrósio é tida como figura central, há uma pequena sequência verbal que forma um relato sobre o enuncia principal. ‘Estrela da moda’ explica quem é Alessandra, mas outras análises poderiam ser feitas comparando Ambrósio com: uma estrela da moda/ é a estrela da moda/atualmente ocupa tal condição de estrela da moda, dentre outras, a orientação da leitura é responsável por criar o efeito de evidência de Alessandra Ambrósio, ao mesmo tempo que reproduz feito leitor, reproduzindo a partir do intradiscursos, o discurso do sucesso.

Observamos o interdiscursos e o intradiscursos através das cadeias parafrásticas que são formadas no desenrolar do texto, os sentidos possíveis que um mesmo enunciado pode possuir de acordo com as formações discursivas na qual está/é produzido. No fragmento “²Ciente do poder da top gaúcha, Ti Sayhyoun a calou como musa da campanha de verão da Bobstore ...”, o vocábulo ‘top’ significa topo, elevação, é um mecanismo usado para se criar um efeito de sentido de destaque, sendo muito utilizado em produções discursivas sobre personalidades midiáticas, num jogo de palavras como diz Soares (2017) “quanto menos extenso, mais intenso”.

É percebido pelo autor que os enunciados sobre Alessandra Ambrósio recorrem à memória que remonta aos discursos nos quais emergem outras celebridades, provando, assim, que o sentido e sujeitos são construídos juntamente e direcionados pelo sucesso que se deseja ‘apresentar’ deles. Quando se fala ‘poderosa mansão’, ‘estrela da moda’, ‘top gaúcha’, nota-se uma série efeitos nos quais se ostenta a riqueza como atributo para dizer que Alessandra está longe das dificuldades socioeconômicas comuns a muitos; em determinado momento a revista utiliza ‘Alê’, uma informalidade facilitadora aproximativa, criando um efeito que tanto o enunciador e o enunciatário pode ter uma intimidade. Resumidamente, Alessandra Ambrósio é retomada por atributos, sendo tais características a descrição de seu sucesso midiático.

Em outro fragmento analisado é “Encantada com a nova coleção, a bela separou ali mesmo algumas peças para seu closet”, o sujeito do sucesso está/é encantado não importa com o que, por isso, a escolha de um qualificativo, em “... elogia ela, fã confessa de se vestir bem”, a forma pronominal ‘ela’ aproxima a modelo das demais

peças comuns, sendo o discurso capitalista do consumo manifestando nesse enunciado.

A revista ‘Caras’ atribui características a essa personagem as quais a destaca, a celebridade roupada pelo sucesso midiático é, portanto, pela via do interdiscurso, reconhecida como celebridade pela mídia.

A literatura de autoajuda teve gênese na obra “*Self-help*” (1859) do escritor Samuel Smiles, conforme explica Soares, seu objetivo era a formação do bom caráter, hoje a metamorfose espiritual e psicológica para obtenção o sucesso e realização pessoal. A utilização de léxicos de otimismo nessa literatura como sucesso, felicidade, riqueza, poder, realização etc, de jogos de palavras, trocadilhos, frases feitas, o que faz os argumentos serem convincentes e persuasivos.

Para melhor compreensão é analisado a obra “O sucesso passo a passo” (2010) de Max Gehringer, alguém renomado que cria o efeito de veracidade e remonta interdiscursivamente alguém que merece/mereceu atenção no que diz. O escritor prega lições para que os leitores possam ‘andar’ na direção do sucesso almejado. Gehringer diz:

O erro que muitos jovens profissionais comem é o de pensar nos objetivos de longo prazo antes mesmo de terem feito a lição de casa no curto e médio prazo. Se um estagiário começar a pensar e a falar como um gerente, apontando erros e soluções que vê para a empresa, muito provavelmente não será efetivado (2010, p. 32)

O poder vem aos poucos não a sentindo os jovens profissionais apontarem erros e soluções, pois prioritariamente começamos de baixo, um esforço ‘tartaruga’ mas persistente, os passos que o autor utiliza são práticas ideológicas empregadas a muito tempo em nossa sociedade, isso é, um sucesso capitalista prosseguir ‘passo a passo’. O escritor parece passar nos um conhecimento vasto do campo profissional, ele discorre em tom aconselhativo como se utilizasse dessa técnica para ‘chegar’ onde está o seu status. Ele se inscreve na formação discursiva do sucesso com o foco específico no âmbito do trabalho.

Nas esferas discursivas na mídia impressa “Caras’ e na literatura de autoajuda nas obras “O sucesso está no equilíbrio”, “O sucesso passo a passo” e “O sucesso de amanhã começa hoje” percebe-se que o discurso do sucesso é a noção dos variados discursos do sucesso sob um único título, analisando as disparidades e semelhanças entre sujeitos e sentidos dessas duas formas de reprodução/propagação do discurso de sucesso.

Em suma essa é uma obra de grande relevância para a obtenção de conhecimentos a respeito da Análise do Discurso, é denso, mas repleto de conceitos respaldados em renomados pensadores como, Saussure, Pêcheux, Foucault, dentre outros; possui subtítulos que facilitam a melhor compreensão do conteúdo explanados, isto é, um mar de referências. O autor utiliza de singelos exemplos que dão suporte para nossa aprendizagem, como a revista Caras e obras de autoajuda. A obra tem que ser lida com "calma" então destine um tempo relativamente bom para leitura, e por fim é recomendável ao corpo docente e discente, analistas do discurso, estudantes e linguística e aqueles que queiram aprofundar mais seus *conhecimentos* nessa área.