

Discurso sobre o sujeito executivo na mídia: encapsulamentos anafóricos e catafóricos

Alessandro Alves da Silva¹, Pedro Navarro¹

¹Programa de Pós-Graduação em Letras (Mestrado em Estudos Linguísticos) da Universidade Estadual de Maringá (PLE/UEM)
Maringá, Paraná, 87020-900, Brasil
alessandroalvesdasilva2@yahoo.com.br, navarro.pl@gmail.com

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar as denominações em relação ao sujeito executivo presentes na versão online da revista *Você S/A*, buscando mostrar alguns dos saberes e dos poderes que vão se formando em relação a este sujeito por meio de várias práticas discursivas.

INTRODUÇÃO

Este texto é parte integrante das discussões do sub-projeto de pesquisa intitulado “Práticas discursivas de subjetivação na mídia e na educação”, estabelecido entre a Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e a Universidade Estadual de Maringá (UEM), e do Grupo de Estudos Foucaultianos (GEF/UEM/CNPq).

O discurso midiático é “uma prática discursiva identitária” (NAVARRO, 2008) na qual se retomam ou se ressignificam mitos do passado, constroem-se memórias e identidades do presente e do futuro, etc. É uma prática discursiva que atua na (des)construção de identidades, ou seja, constroi realidades e institucionaliza comportamentos.

Estas práticas discursivas midiáticas exercem poderes em relação ao sujeito executivo, de modo a ir subjetivando e constituindo saberes sobre este sujeito. A identidade do sujeito executivo vai sendo constituída por meio destes discursos que atravessam e constituem sentidos sobre ele.

O trabalho de investigação desta pesquisa está sendo desenvolvido por meio de montagem de bancos de dados das edições online da revista *Você S/A*, publicadas entre os anos de 2008 e 2011.

Para trabalhar com este *corpus* de estudo está sendo utilizado o método arqueogenealógico de análise de discursos proposto pelo filósofo francês Michel Foucault. Este método arqueogenealógico de estudo dos discursos “busca compreender o sentido a partir da análise da rede interdiscursiva em que a série se encontra, da relação, portanto, que um enunciado mantém com os outros” (NAVARRO, 2008, p. 63).

Diante deste contexto, o presente artigo tem como objetivo analisar algumas denominações em relação ao sujeito executivo presentes na versão online da revista *Você S/A*, buscando mostrar alguns dos saberes e dos poderes que vão se formando em relação a este sujeito.

Para tanto, além de alguns conceitos do campo de pesquisa doravante denominado Análise do Discurso de orientação francesa (AD), usaremos também o conceito de *Equação Linguística* (SOARES, 2006) e a obra intitulada *Gramática do Português Culto Falado no Brasil* (ILARI & NEVES, 2008), no que tange aos nomes e verbos, que servirão como instrumentos de análise que nos dão ancoragem linguística para tratarmos de fatos de discurso – no caso deste breve artigo, como se produz a identidade do sujeito executivo – de modo a salientar que essas relações entre aspecto linguístico e fenômeno discursivo são de suma importância.

O SUJEITO EXECUTIVO SENDO DENOMINADO

As denominações (adjetivos, expressões, nominalizações, encapsulamentos anafóricos e catafóricos, etc) compõem grandes blocos de produção de sentidos em relação ao que elas se referem. Ao denominar as pessoas vão criando sítios de significância ou regiões discursivas em relação ao que é denominado. As denominações, por representarem uma posição discursiva em relação ao que se denomina, dão visibilidade ao sujeito que fala no interior dos enunciados e às formações discursivas a partir das quais emergem os enunciados.

Conforme foi dito acima, no método arqueogenealógico de análise de discursos o analista de discursos tentará fazer uma apreensão das regularidades discursivas existentes nas relações que os enunciados estabelecem entre si, nas relações entre grupos de enunciados no interdiscurso e nas relações entre estes enunciados e acontecimentos discursivos, culturais, políticos e históricos.

Ao trabalhar com as relações de saber e de poder Michel Foucault mostra que “o poder não tem uma relação direta com o Estado, uma vez que ele se exerce em níveis e em pontos diferentes da sociedade, configurando uma rede complexa de micropoderes” (NAVARRO, 2008, p. 63). O poder não é, na acepção de Foucault, algo exclusivamente negativo: ele produz saberes e induz ao desejo.

No que tange à descrição linguística das materialidades discursivas sob análise, recorreremos, como já anunciado, aos estudos sobre as denominações. Do ponto de vista aqui adotado, as denominações (substantivos, adjetivos, expressões, nominalizações, encapsulamentos, locuções adjetivas, etc) compõem grandes blocos de produção de sentidos (SOARES, 2006) em relação ao que elas se referem.

Esse aporte teórico-linguístico é um dos componentes para a análise da função enunciativa que se exerce, constituindo sentidos sobre esse sujeito executivo. Sob um enfoque discursivo, é possível perceber que ao denominar as pessoas vão criando sítios de significância ou regiões discursivas (ORLANDI, 1996) em relação ao que é denominado.

As denominações, por representarem uma posição discursiva em relação ao que se denomina, dão visibilidade ao sujeito que fala no interior dos enunciados e às formações discursivas a partir das quais emergem os enunciados.

Veremos aqui, neste momento, que as formações discursivas a partir das quais emergem os enunciados sobre

o sujeito executivo constituem uma regularidade em meio às dispersões de vários outros enunciados. É de suma importância destacar que no método arqueogenalógico de análise de discursos a análise vai do enunciado à formação discursiva.

Em outras palavras, o que se está apresentando, neste momento da pesquisa, como regular nestas formações discursivas são os *efeitos de sentido* de que o sujeito executivo é um sujeito comprometido, interessado, obstinado e realizador: um sujeito empreendedor de si mesmo.

Os saberes sobre o sujeito executivo – sobre o que é ser executivo na contemporaneidade – partem, nos textos que estão sendo analisados nesta pesquisa, de *formações discursivas* (FDs) médicas, econômicas, psicológicas, jurídicas, etc. de modo a constituir saberes e poderes em relação a este sujeito.

Como dito anteriormente, está sendo utilizado aqui o conceito de *equação linguística* – que nos dá ancoragem linguística para tratarmos de fatos de discurso – (sujeito executivo = ousadia + posições de liderança + fluente em inglês), explicitado por Soares (2006).

Como diz Soares (2006), o conceito de equação linguística vai abarcar a sua relação com a formação discursiva na qual ocorrem estas expressões. Ao afirmar isso, o pesquisador nos alerta para o fato de que os sentidos “se colam” por meio de processos discursivos. Se X significa X numa determinada formação discursiva, em determinadas condições de produção, em outra formação discursiva X pode significar Y.

Este conceito tem íntima relação com a enunciação e a escolha lexical – escolher determinadas palavras e expressões em detrimento de outras –, por englobar, dentre outras coisas, quem enuncia, em que situação enuncia, para quem enuncia e a partir de qual posição-sujeito enuncia.

A seguir, apresentamos algumas sequências enunciativas da série de enunciados que compõe o arquivo da pesquisa. Na sequência, seguem as discussões e as reflexões sobre esse quadro discursivo.

Apresentamos aqui (brevemente) algumas equações linguísticas que dão visibilidade aos saberes que atravessam esse discurso e incidem diretamente sobre o corpo do sujeito executivo. Dentre tantas outras construções não mencionadas aqui e que funcionam parafrásticamente em relação a estas, destacamos, para este trabalho, as seguintes: ser executivo = “ousadia + currículo respeitável + vivência no exterior + empreendedor visionário + estudou recentemente nos Estados Unidos + é fluente em inglês e já ocupou posições de liderança bastante desafiadoras pelas empresas por onde passou + as escolhas profissionais de homens e mulheres podem ser determinadas pela genética, segundo o livro *O Paradoxo Sexual*, de Susan Pinker + a mudança na economia afeta de maneira diferente cada profissional: veja o que fazer para atravessar esse período de turbulência” (presentes na revista *Você S/A* entre os anos de 2008 e 2011).

Nessas construções, o efeito de identidade produzido sobre o sujeito executivo vai sendo constituído mediante saberes vindos do exterior (trata-se aqui da exterioridade constitutiva de todo discurso) e que vão organizando os sentidos do que é ser executivo hoje. O que vemos em funcionamento é um poder que classifica, enquadra, separa e rotula esse sujeito. Esse efeito se materializa no momento em que o enunciativo qualifica (denomina) esse sujeito.

O sintagma nominal “o sujeito executivo” é acompanhado por vários elementos linguísticos

(adjetivações, predicativos do sujeito, etc) que o complementam. O uso de verbos no pretérito perfeito geralmente dá a ideia de uma ação acabada, finalizada com êxito, tal qual se espera, nessas formações discursivas, de um executivo (*ocupou* posições de liderança).

Além disso, nas expressões nominais marcadas em negrito podemos perceber a ocorrência do que Conte (2003) chama de *encapsulamentos*. Conte (2003) diz que o encapsulamento é um tipo de anáfora lexical que funciona como “um recurso coesivo pelo qual um sintagma nominal funciona como uma paráfrase resumidora para uma porção precedente do texto”.

O que é possível observar nos textos acima é que além de retomar o que foi dito no texto, tais encapsulamentos atuam como elementos catafóricos que ajudam a introduzir novas informações nos textos. É possível perceber, nos textos acima, que esses encapsulamentos não só dão orientações argumentativas que participam da organização de processos discursivos, mas que também orientam (ajudam a direcionar) a leitura do leitor. São responsáveis pela coesão e pela coerência textuais, de modo a conectar as partes do texto entre si.

Em uma perspectiva discursiva, entendemos que os encapsulamentos, por assim dizer, encapsulam todo um conjunto de enunciados presentes ou não nos textos acima: são aspectos linguísticos relacionados a fenômenos discursivos que encapsulam todo um saber que se projeta sobre este sujeito executivo nos enunciados. Dito de outro modo, a função desse expediente de ordem linguística aponta para o funcionamento de uma memória discursiva acerca do sujeito executivo. Os enunciados, como bem apontou Foucault (2008), participam de uma rede de discursos, retomam outros e apontam para discursos futuros. Trata-se do feixe de relações empregado pelo discurso da *Você S/A* sobre o sujeito executivo, o que sinaliza para o fato de que nas regras de formação desse discurso as demandas do mercado neoliberal atuam como processos de denominação e, por conseguinte, de subjetivação desse sujeito. É a exterioridade constitutiva do processo de subjetivação do executivo.

Ao observarmos mais atentamente o funcionamento discursivo dessas denominações dentro de determinadas formações discursivas, que são o que Foucault (2008) chama de regularidades em meio à dispersão, podemos perceber que o sujeito executivo é um sujeito ativo, competitivo, obstinado e realizador que pratica ações, e que, ao mesmo tempo, é muito bom em algo: é fluente em inglês.

Essas denominações complementam, descrevem e adjetivam o que é ser executivo. É importante frisar, retomando a citação acima, que elas consistem na relação entre o linguístico e o extralinguístico, ou seja, entre o linguístico e o histórico-social. Em outras palavras, esse expediente linguístico está na ordem dos discursos que se materializam nessas séries enunciativas, ao mesmo tempo em que aponta para o modo como o poder se exerce, ao classificar, enquadrar (denominar) o sujeito executivo dessa ou daquela forma.

Denominar, portanto, não é um ato neutro, mas representa uma posição discursiva em relação ao que é denominado. Denominar é uma das formas pelas quais se exerce uma prática discursiva identitária que se projeta sobre o executivo, dizendo para ele quem ele é ou deve ser, uma vez que isso envolve a posição-sujeito de quem denomina.

No caso do sujeito executivo, várias são as posições-sujeito de quem denomina os sujeitos executivos. Assim, pensando em termos de “modalidades enunciativas”, tal como as concebe Foucault (2008), os sujeitos que falam sobre o executivo o fazem legitimados pelo discurso da psicologia, da biologia, da medicina, da economia, da linguagem, do direito, apenas para citar esses, e é a partir desses discursos que são criados sítios de significação sobre o executivo.

O que é regularidade na dispersão (FOUCAULT, 2008), em meio a tudo o que se disse (e ainda de diz) sobre o sujeito executivo nos enunciados e séries enunciativas presentes no nosso *corpus*, constitui esses dizeres cristalizados (e outros que vão se cristalizando por meio de processos discursivos) sobre o sujeito executivo.

É possível perceber que essas denominações atuam como processos discursivos que se constituem, por meio de práticas discursivas midiáticas, em “formas de poder que instauram uma nova ordem de saber” (NAVARRO, 2006; 2008) sobre s identidades em construção.

Anuindo ao que pondera Navarro (2008), essas formas de poder produzem saberes em relação ao sujeito executivo, ao ponto de pensarmos que o sujeito executivo só pode ser X e nunca Y. Só pode ser, discursivamente, pelo menos atualmente neste momento de observação do *corpus*, um sujeito adjetivado como comprometido, obstinado, realizador, ousado, etc.

É como se nesse momento não houvesse espaço, discursivamente falando, para se enunciar de outras posições que digam que é possível o sujeito executivo ser um executivo, mas que não está nem aí para a empresa onde trabalha, que só quer ganhar o seu salário, etc. Enunciados como esses ainda não foram encontrados no *corpus* em estudo. Funcionam como não ditos em relação ao que se diz.

Foucault nos ensina que o poder também produz saberes, mas que este poder não é uma espécie de entidade centralizada: nós nos movemos (vivemos nossas vidas), de acordo com Foucault, em meio a vários dispositivos de poder. Não há um poder, mas vários poderes.

Quando, por exemplo, a mídia televisiva chama alguém considerado especialista em recursos humanos para dar dicas de como ter êxito na carreira profissional vemos, muitas vezes, este especialista dizendo que o executivo deve falar “corretamente” (dicotomia certo/errado do senso comum), vestir-se adequadamente, mover-se adequadamente, controlar seus pensamentos e sentimentos, etc.

Nesse caso, sujeito executivo vai se tornando objeto dos discursos oriundos de diversas formações discursivas: medicina, economia, administração, etc. São discursos que dizem o que é ser executivo e o que se espera de um executivo. São saberes e poderes que vão se formando em relação a este sujeito.

É difícil não observarmos a relação de interdiscursividade entre o antigo preceito délfico do “conhece-te a ti mesmo” e os enunciados sobre o sujeito executivo na mídia brasileira contemporânea. É como se todos esses enunciados tivessem uma relação interdiscursiva com o enunciado reitor “conhece-te a ti mesmo”. Os enunciados sobre o sujeito executivo posicionam-no, de forma quase que geral, como um sujeito centrado e totalmente controlador de tudo o que diz e pensa: como um sujeito que se conhece e que é empreendedor de si mesmo. Nesse sentido, autoconhecimento e autocontrole são características de um

sujeito que sabe tomar decisões, que não tem dúvidas sobre quem é e sobre o que faz, que tem metas a cumprir, que é objetivo, etc.

Essas práticas discursivas midiáticas colocam tais indivíduos como sujeitos competitivos. Determinam quem pode falar sobre ele e as posições que o enunciador pode ocupar, de modo a exercer uma espécie de *governamentabilidade* em relação ao executivo, que vai sendo subjetivado e se tornando objeto dos discursos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises realizadas até o momento têm demonstrado que o sujeito executivo é (nos textos que compõem o *corpus*) um sujeito controlador de tudo o que diz e pensa: um sujeito empreendedor de si mesmo.

Além disso, percebe-se que vários saberes e poderes atravessam e constituem sentidos sobre o sujeito executivo: medicina, psicologia, economia, linguagem, etc. e que essas práticas discursivas midiáticas, por meio das denominações, que representam uma posição discursiva em relação ao que é denominado, têm papel crucial no processo discursivo aqui descrito, tendo em vista, dentre outras coisas, a sua importância na argumentação textual.

Além disso, como vimos, o léxico que se usa (comprometido ao invés de descomprometido) para denominar esse sujeito, em sua relação com a história, produz determinados efeitos de sentido e ecoa determinadas memórias discursivas e não outras.

Como podemos observar o sujeito executivo é um sujeito polifônico, isto é, portador de várias vozes que enunciam sobre ele. Ele é composto de várias denominações e carrega consigo vários saberes – saberes produzidos por poderes - que o constituem enquanto sujeito.

Por meio desse processo discursivo instaurado pelas práticas discursivas midiáticas alguns sentidos (comprometido, interessado, obstinado, realizador, etc) e não outros (descomprometido, desinteressado, etc) vão sendo sedimentados em relação a este sujeito, de modo a pensarmos que o sujeito executivo só pode ser, na ordem dos discursos que se materializam sobre ele, X e nunca Y.

Finalmente, é importante destacar que há algumas questões que não foram respondidas adequadamente neste artigo. Uma delas está ligada às relações complexas entre aspecto linguístico e fenômeno discursivo. Outra questão está ligada aos saberes e poderes que constituem e atravessam sentidos sobre o sujeito executivo em suas relações entre os processos de objetivação e subjetivação deste sujeito.

Por enquanto, estas questões ficam em aberto, de modo a nos convidarem a continuarmos pesquisando sobre estas complexas temáticas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] CONTE, Maria-Elisabeth. **Encapsulamento anafórico**. In: CAVALCANTE, Mônica Magalhães et al. (orgs.). Referenciação. São Paulo: Contexto, 2003 (p.177-190).
- [2] FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- [3] ILARI, Rodolfo; NEVES, Maria Helena de Moura. (Orgs.). **Gramática do Português Culto Falado no Brasil. V. II. Classes de Palavras e Processos de Construção**. Campinas: Ed. da Unicamp, 2008.

- [4] MARIANI, Bethânia Correia. (1998). **O PCB e a imprensa – os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989**. Rio de Janeiro: Revan.
- [5] _____. **Para que(m) serve a psicanálise na imprensa?** (2005). Disponível em: < http://www.geocities.com/gt_ad/bethania.doc >. Acesso em: 26 jun. 2009.
- [6] NAVARRO, Pedro. **Estudos do texto e do discurso: mapeando conceitos e métodos**. São Carlos: Claraluz, 2006.
- [7] _____. (*Discurso, História e Memória: Contribuições de Michel Foucault ao Estudo da Mídia*) In *Estudos do Texto e do Discurso. Interfaces entre Língua(gens), Identidade e Memória*. Tasso, Ismara (org.), Ed.: Claraluz (ed.). São Carlos-SP, 2008, Vol.2, p. 59-74.
- [8] ORLANDI, Eni. **Interpretação: autoria, leitura e feitos do trabalho simbólico**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- [9] PÊCHEUX, Michel. *Especificidade de uma disciplina de interpretação*. In: PIOVEZANI, Carlos; SARGENTINI, Vanice (orgs.). **Legados de Michel Pêcheux: inéditos em análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2011, p. 99-103.
- [10] SOARES, Alexandre Sebastião Ferrari. **A Homossexualidade e a AIDS no Imaginário de Revistas Semanais (1985-1990)**. 2006. 235f. Tese (Doutorado em Letras) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2006.