

## DISCURSO DO OUTRO: LÁ ONDE O SUJEITO TRABALHA

Maria Celeste Said Silva MARQUES<sup>1</sup>

Anna Flora BRUNELLI<sup>2</sup>

Sírio POSSENTI<sup>3</sup>

- RESUMO: Este artigo é um estudo sobre o trabalho estratégico do sujeito a partir do discurso do Outro/outro. Sem voltar à hipótese do sujeito produtor originário, não considerando, porém, o sujeito como assujeitado, partimos da concepção de sujeito como estrategista – no sentido de Michel de Certeau em *A invenção do cotidiano* – e assim analisamos textos nos quais se pode verificar o trabalho do sujeito no processo discursivo.
- PALAVRAS-CHAVE: Discurso; heterogeneidade; trabalho; sujeito.

O objetivo deste trabalho é analisar um pequeno conjunto de textos com a finalidade de continuar a rever a noção de sujeito que tem sido sustentada pela Análise do Discurso Francesa (AD, doravante), pelo menos em sua versão mais conhecida ou quiçá em sua versão mais “política”.

---

1 Departamento de Ciências da Educação – Núcleo de Educação – UNIR – 78900-000 – Porto Velho – RO (celeste@iel.unicamp.br).

2 Departamento de Letras Vernáculas – Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas – UNESP – 15054-000 – São José do Rio Preto – SP (anna@lev.ibilce.unesp.br).

3 Departamento de Linguística – Instituto de Estudos da Linguagem – Unicamp – 13081-970 – Campinas – SP (sirio@iel.unicamp.br).

A análise sumária de uma piada serve como espécie de resumo do que se segue. Um brasileiro que estivera por bom tempo em Paris voltou para rever o Rio de Janeiro. Indo em direção à Barra da Tijuca, que ainda era um bairro novo, na altura do Joá, volta-se e vê aquele bellissimo mar, que há tempo não via, e exclama: “*Oh, la mère*”. Um amigo que o acompanha lhe diz: “Isso aqui já foi *la mère*, agora é *la merde*”. Ao que o primeiro retruca: “Para bom entendedor, meia palavra bos...”. O final da piada é, de certa forma, um provérbio, enunciado na hora certa, “adequadamente”, dadas as circunstâncias e os eventos que constituem a pequena narrativa. Mas, o provérbio que é enunciado “sob as palavras” tem que ser descoberto pelo ouvinte/leitor, porque o locutor produz um enunciado que, se leva em conta o provérbio, também o altera. Além disso, a alteração segue um esquema que se repete, e que pode ser representado na forma de uma quarta proporcional (bos : bosta :: mère : merde). O esquema é perfeito do ponto de vista do material lingüístico, mas falha (isto é, os elementos se tornam desiguais) se se levar em conta a “dupla face” dos elementos envolvidos. É que “bos” não significa nada em português corrente. Funciona no esquema, ou, como se poderia dizer alternativamente, funciona para uma instância psíquica (o inconsciente) cuja lógica é peculiar. Moral da história: temos o discurso citado e a inovação, o produto e a manobra. Para avançar a tese do trabalho, diríamos que o enunciado final não é um efeito automático da própria linguagem, mas que exige um sujeito/locutor, um locutor que manobra com dados (estereotipados) de linguagem.

A noção de sujeito, em torno da qual se situam, a rigor, as discrepâncias fundamentais entre AD e outras análises de discurso é uma daquelas em que ainda se exercita com demasiada freqüência um raciocínio do tipo tudo ou nada. Há quem imagine que atribuir caracteres históricos e sociais ao sujeito ou postular o papel da alteridade em sua constituição implica necessariamente que então ele deve ser concebido como um lugar, uma posição. E há quem imagine, vindo da direção contrária, que atribuir ao sujeito alguma característica de não-passividade – alguma intenção, alguma competência, alguma atividade, mesmo que não decidida por ele – implica continuar concebendo necessariamente o sujeito como ele o era “antes de Freud e de Marx”, ou seja, como um sujeito uno e originário, não afetado pelas condições históricas e institucionais, além de ficar “esquecida” sua divisão, tal como proposta pela psicanálise.

Queremos, neste trabalho, defender de novo uma posição segundo a qual – depois do estruturalismo e de outros movimentos que compar-

tilham a idéia da prevalência do sistema sobre o elemento – atribuir ao sujeito características que eventualmente lhe tenham sido atribuídas também por outros discursos não significa necessariamente permanecer naqueles discursos ou voltar a eles (discurso da intenção, da unidade, etc.). E também queremos argumentar que tanto a multiplicidade dos “sistemas” a que o sujeito está “ submetido” quanto o fato de que tais sistemas não são absolutamente sistemáticos são fatores que permitem, se não exigem, que se conceba um sujeito agindo, manobrando, mesmo que não saiba que manobra e mesmo que sua manobra não produza o efeito por ele eventualmente intencionado.

Se nos fiarmos em análises como a de Schneider (1990), poderíamos aceitar, um tanto paradoxalmente, que, quanto mais os autores devem a outros autores tanto mais originais eles são. Flaubert não é o único exemplo. Mas, se é verdade que trabalhar sobre e a partir de textos tão extensos e variados quanto um ou mais romances pode propiciar ao analista fatos numerosos e diversos para sustentar sua argumentação, tomar como material de análise pequenos textos pode permitir, em compensação, maior controle da relação entre uma teoria e um conjunto de dados e deixar mais clara a relação dos dados entre si. Por isso, invocaremos piadas, provérbios, *slogans*, lugares-comuns. Se possível, uma conjunção desses textos.

As piadas (e outros textos curtos com óbvias relações interdiscursivas) proporcionam excelentes exemplos de trabalho do sujeito, trabalho que inclui ao mesmo tempo marcas do inconsciente, ingredientes da cultura relativamente públicos e, portanto, conhecidos (mais ou menos relevantes para o domínio do inconsciente) e, de certa forma, ingredientes pragmáticos, na medida em que chistes, para funcionar, devem incluir um terceiro sujeito. Portanto, devem ser por ele entendidos, fazer sentido para ele. Os provérbios têm a característica de ser indubitavelmente um tipo de citação, de vez que ninguém inventa provérbios, embora possa trabalhar explorando os traços formais que os caracterizam. Os *slogans* interessam por sua construção, sua vaguidade, sua linguagem “poética”, sua relação clara com condições de produção, sua proximidade com a linguagem dos chistes. Para um analista, o melhor, evidentemente, ocorre quando esses gêneros se cruzam, quando, por exemplo, um *slogan* explora um provérbio (Antes à tarde do que nunca), ou quando um chiste explora um provérbio (Suspeitando da fidelidade da mulher, Teodoro contrata um detetive que, depois de uma semana, lhe informa que a mulher o está traindo com seu melhor amigo. No dia seguinte, o cachorro da família aparece morto) etc. Mesmo sem entrar

em detalhes, vale a pena assinalar a necessidade de uma inferência ativa para que o *slogan* e a piada funcionem (trata-se de “lembrar” dos provérbios “antes tarde do que nunca” e “o cão é o melhor amigo do homem”, o que tem a ver com memória discursiva, sim, mas desigualmente distribuída entre locutores, e que não funciona no vácuo).

De certa forma, para que o lugar deste trabalho fique mais claro, talvez valha a pena insistir em caracterizá-lo melhor. A pretensão é fugir ao vício do tudo ou nada já assinalado. Aceitamos em traços gerais uma concepção de sujeito decorrente das pesquisas dos últimos cem anos. Segundo Certeau (1996), o atomismo social que, durante três séculos, serviu de postulado histórico para uma análise da sociedade supondo uma unidade elementar, o indivíduo, a partir da qual seriam compostos os grupos e à qual sempre seria possível reduzi-los, foi recusado por mais de um século de pesquisas sociológicas, econômicas, antropológicas ou psicanalíticas. Mas aceitar tal conclusão não significa aceitar que o sujeito é totalmente passivo. É o mesmo autor quem distingue usuário de consumidor. Para esclarecer o que significa essa tese, considere-se sua avaliação das análises típicas de materiais como os provérbios e outros textos que se repetem. Segundo esse autor, os provérbios acabam pondo em relevo os estoques classificados, perdendo-se o processo. Em suas próprias palavras:

inconveniente do método, condição do seu sucesso, é extrair os documentos de seu contexto *histórico* e eliminar as *operações* dos locutores em circunstâncias particulares de tempo, lugar e competição. É necessário que se apaguem as práticas linguísticas cotidianas (e o espaço de suas táticas), para que as práticas científicas sejam exercidas no seu campo próprio. Por isso não se levam em conta as mil maneiras de “colocar bem” um provérbio, neste ou naquele momento e diante deste ou daquele interlocutor. Tal arte fica excluída e os seus autores, lançados para fora do laboratório, não só porque toda cientificidade exige delimitação e simplificação de seus objetos, mas porque a constituição de um lugar científico, condição prévia de qualquer análise, corresponde a necessidade de poder *transferir* para ali os objetos que se devem estudar. Só pode ser tratado o que se pode transportar. O que não se pode desarraigar tem que ficar fora do campo, por definição. Daí o privilégio que esses estudos concedem aos *discursos*, coisa deste mundo que é aquela que se pode mais facilmente captar, registrar, transportar e abordar em lugar seguro, enquanto o *ato* de palavra não pode separar-se da circunstância. (Certeau, 1996, p.81-2)

É recorrente nos trabalhos da AD – especialmente a partir daquela que Pêcheux (1990a) chama de “3ª época” – a demonstração da hete-

rogeneidade discursiva a partir da ênfase na presença do *O/outro* no discurso. Baseados no princípio dialógico constitutivo do discurso concebido pelo círculo de Bakhtin, mas informados basicamente pela leitura de Lacan (nos dois sentidos: sua leitura de Freud e a leitura que se faz de sua obra), esses trabalhos mostram aspectos evidentemente relevantes do funcionamento da linguagem, em que o papel do *outro* é fundamental. Mas, em geral, as análises não vão além da demonstração da heterogeneidade e da relevância do discurso do outro. Frequentemente, uma conclusão a que a maior parte de tais análises – fundamentadas numa perspectiva estreita do ponto de vista exatamente da heterogeneidade – chega é que a presença do discurso do *O/outro* ou do *o/Outro* no discurso praticamente anula o sujeito (o locutor, o autor, o enunciador) reduzindo-o ou a um mero lugar ou a um efeito. Ou seja, o sujeito não é considerado como se representando através do(s) outro(s) discurso(s) ou interferindo nele(s), a partir de outra posição.

No entanto, o funcionamento discursivo parece indicar a relevância de tentar outra estratégia de análise. Especificamente, certos textos curtos, enunciados de ampla circulação, como os lugares-comuns, piadas, provérbios, *slogans* etc., possibilitam uma reflexão diferente acerca do *O/outro* no discurso, pois que neles a ação do sujeito pode ser até facilmente detectada, ou mais, é praticamente impossível de ser disfarçada. Poder-se-ia dizer que se trata de casos de subjetividade mostrada.

Nossa hipótese é a de que a presença do *outro* do discurso não obriga a eliminar ou desconhecer o trabalho do “eu”; até permite mostrar o sujeito operando como um estrategista – conceito desenvolvido por Michel de Certeau (1996) – em sua atividade discursiva. Um trabalho que parte dessa concepção de sujeito enfatiza a fabricação que os usuários fazem com os produtos que lhe são oferecidos (ou até mesmo impostos), pois aceita que na constituição do discurso os:

outros discursos são *marcados por usos*, apresentam à análise as *marcas de atos* ou processos de enunciação; significam as operações de que foram objetos, *operações* relativas a situações e encaráveis como *modalizações* conjunturais do enunciado ou da prática; de modo mais lato, indicam portanto uma *historicidade social* na qual os sistemas de representações ou os procedimentos de fabricação não aparecem mais só como quadros normativos mas como *instrumentos manipuláveis por usuários*. (Certeau, 1996, p.82)

Parece correto, assim, conceber as ações do sujeito, incluindo, evidentemente, o discurso, a partir das condições sócio-históricas que ele

encontra e que condicionam sua ação e o discurso, sem que isso signifique anular sua ação ou considerá-la irrelevante. É certo que o sujeito é interpelado pelas(s) ideologia(s) e afetado pelo inconsciente e que seu discurso se inscreve no interdiscurso. Mas isso não anula nem torna necessariamente automático seu trabalho, possibilitando, eventualmente, até mesmo escolhas estratégicas (obviamente, condicionadas).

Quanto a isso, vale a pena lembrarmos o que nos esclarecem Pêcheux & Fuchs (1990) a respeito do esquecimento nº 2, cujo funcionamento é de natureza pré-consciente-consciente, na medida em que um sujeito-falante seleciona, no interior da formação discursiva que o domina, um enunciado e não outros que poderiam ter sido selecionados por funcionarem como equivalentes no interior de tal formação discursiva. Se considerarmos que o conjunto de enunciados básicos que constituem uma formação discursiva é bastante pequeno, podemos justamente focalizar a atividade do sujeito nas paráfrases que realiza a partir de enunciados que ele não domina, que ele não cria, mas que ele conhece o suficiente para parafrasear e empregar adequadamente em determinadas situações. Não se pode imaginar que todas as paráfrases dos enunciados básicos de um discurso se encontrem virtualmente prontas pairando sobre as cabeças dos sujeitos. Melhor admitir que esses sujeitos são dotados de uma certa capacidade, pois selecionam itens lexicais e estruturas sintáticas, ainda que essa seleção seja limitada pelas relações entre os discursos, isto é, pelo interdiscurso e, obviamente, pelo próprio sistema linguístico. Em suma, as condições de produção condicionam, não determinam.

Dessa forma, podemos considerar o discurso como repetição/retomada de outros, ou melhor, como paráfrase de outros discursos, mas também podemos enxergar, juntamente com a repetição, a atividade do sujeito que seleciona este enunciado e não aquele, que opta por um e não outro item lexical etc. Ora, o próprio ato de enunciar pode ser encarado como uma atividade parcialmente consciente do sujeito, na medida em que “conhece” leis sociais da conversação, que “evita” temas proibidos socialmente, que tem um certo conhecimento sobre seus ouvintes, que sabe, eventualmente, que empregar certos enunciados em certas ocasiões provoca efeitos mais ou menos previsíveis. Não que o sujeito possa sempre controlar esses efeitos ou até mesmo predizê-los, mas sabe, em muitas situações, algo a respeito deles. Como exemplo, vejam-se as manobras que os sujeitos-falantes realizam na elaboração de pequenos textos humorísticos analisados por Possenti (1995).

A tentativa de explicitar as estratégias discursivas do sujeito não implica postular um sujeito intencional ou mesmo negar o inconsciente, a ideologia e a história, pois, como afirma Gerald (1996, p.99), “entre a metafísica idealista e o materialismo mecanicista, pontos extremos, movimenta-se o pêndulo”. Esclarecemos que o que estamos questionando é a forma simplificada que a maioria dos trabalhos sobre heterogeneidade confere ao *O/outro* no processo de constituição do sujeito e do sentido (ver Possenti, 1995).

A tese poderia ser bem resumida com a seguinte leitura que Clark & Holquist (1998) fazem de Bakhtin:

A atividade ética é concebida como um ato (*postupok*). A ênfase não recai naquilo em que a ação resulta, o produto final da ação, mas antes no ato ético em seu fazimento, como um ato no processo de criar ou “autorar” um evento que pode ser chamado de ato, quer ele seja uma ação física, um pensamento, uma elocução ou um texto escrito – sendo os dois últimos encarados como coextensivos. Bakhtin chega a esse processo meditando sobre a forma da atividade autoral... (p.89-90)

Veja-se ainda, dos mesmos autores:

A dicotomia *self/outro* em Bakhtin não enfatiza, como na filosofia romântica, o *self* sozinho, uma subjetividade radical que ameaça cair na sombra dos solipsismos extremos. Pela mesma razão o *self*, como é concebido por este filósofo russo, não é uma presença na qual se aloja o privilégio supremo do real, a fonte de soberana intenção e o garante da significação unificada. O *self* bakhtiniano nunca é completo, uma vez que só pode existir dialogicamente. Não é uma substância ou essência por direito próprio, porém existe apenas num relacionamento tenso com tudo o que é outro e, isto é o mais importante, com outros *selves*. (p.91)

Defenderemos essa tese analisando vários textos: em primeiro lugar, e um tanto genericamente, trataremos da introdução de “pensamentos” de autores conhecidos em livros de auto-ajuda; em seguida, bem mais detalhadamente, analisaremos um *slogan* político cujo funcionamento nos possibilita verificar o trabalho estratégico do sujeito que assim escreve a sua subjetividade, pois “escrever é utilizar todo tipo de meio de expressão para tentar dizer o que se é e, antes ainda, o que não se é” (Schneider, 1990, p.332). Finalmente, trataremos, mais ou menos sumariamente, de um texto humorístico cujo modo de construção é a exploração de frases feitas.

Consideremos, pois, em primeiro lugar, o que acontece com um tipo particular de literatura, convencionalmente conhecida como literatura de auto-ajuda. Os livros de auto-ajuda são aqueles que prometem fórmulas infalíveis para a consecução de uma série de objetivos, a saber: ganhar dinheiro, conquistar sucesso profissional, obter autoconfiança, conquistar o parceiro ideal... Esses livros tratam de um conjunto de aspirações corriqueiras, comuns a um conjunto indefinível de pessoas, dos mais variados países, classes sociais, culturas e idades. Um analista do discurso que investigasse esse tipo de material certamente procuraria explicitar suas condições de produção. Sem muita dificuldade, descobriria que, num mundo em que nem todos podem ficar ricos, em que não há emprego para todos, em que nem todos podem morar em condomínios de luxo etc., há um ambiente propício ao florescimento desse tipo de literatura para apaziguar os ânimos e levar pessoas a acreditarem que podem realizar os seus projetos, podem ficar ricas, podem comprar carros ou casas de praia etc., como se o sistema socioeconômico não limitasse essas possibilidades. Se um indivíduo acreditar que realmente tudo depende dele, então não terá razões para questionar o que efetivamente o impediria de mudar seu nível socioeconômico, fato muito favorável à manutenção do sistema. Aliás, de acordo com o discurso da auto-ajuda, os fracassos da vida devem-se aos próprios sujeitos, que não souberam como aplicar devidamente o que os livros receitam. É neste sentido que a AD entende os discursos como condicionados por fatores econômicos, ideológicos etc. Assim, existe o capitalismo, cuja ideologia se materializa em discursos que propiciam a sua manutenção, como parece ser o caso do discurso veiculado por esse tipo de literatura. Contudo, a tarefa do analista não deve acabar aqui. Afinal, os livros de auto-ajuda não existem independentemente de seus autores. Esses autores são sujeitos sábios o bastante para perceber que existe um vastíssimo mercado que necessita consumir textos com mensagens otimistas. Ora, a sensação que se tem quando se lêem dois desses livros é que se leu apenas um. Quanto mais se lê, mais se percebe o quanto esses livros dizem a mesma coisa. Vejam-se por exemplo as seguintes passagens:

tudo aquilo que imaginardes, cedo ou tarde se expressará em vossos negócios ... Assim, pois, para jogardes com êxito a partida da vida, é preciso educardes vossa faculdade imaginativa. (Prado, 1991, p.16)

O que pensamos sobre nós torna-se verdade para nós ... Cada pensamento que temos está criando nosso futuro ... O que você escolhe pensar sobre si mesmo e sobre a vida torna-se verdade para você. (Hay, 1984, p.17-8)



Se eu tiver Sucesso dentro do meu cérebro, o Sucesso virá. Se meu cérebro armazenar desgraças, é isto que eu vou enxergar no mundo ... No momento em que você muda suas crenças e seus sistemas de valores, o mundo muda com você, como num estalar de dedos. (Ribeiro, 1992, p.41-2)

A inteligência infinita em seu subconsciente só pode fazer por você o que pode fazer por seu intermédio. O seu pensamento e sentimento controlam o seu destino ... Os seus pensamentos são criativos. Cada pensamento tende a manifestar-se em sua vida. (Murphy, 1994, p.37)

Poder-se-ia facilmente imaginar que foram todas tiradas do mesmo livro, ou que pertençam a livros diferentes de um mesmo autor. Entretanto, elas se encontram em livros diferentes, de autores diferentes. Então, se o conteúdo desses livros já foi dito e redito, por que esses autores continuam publicando esses livros? Talvez porque perceberam que encontraram, na atividade de parafrasear um certo conjunto de enunciados, uma fonte muito rica de vendas. Como se sabe, os livros de auto-ajuda são um sucesso de vendas mundial, com direito a seções especiais em livrarias e divulgação de listas dos mais vendidos. Aliás, poder-se-ia mesmo questionar por que alguns livros são mais vendidos do que outros, se todos repetem as mesmas idéias. Ao lado de outros fatores, como investimentos em divulgação, prestígio dos autores etc., parece possível justificar isso dizendo que alguns contêm paráfrases mais interessantes do que os outros, o que nos autoriza a ver seus autores como sujeitos mais criativos, capazes de transformar um conjunto de já-ditos numa fonte até mais prazerosa de leitura para outros sujeitos. Por exemplo, o Dr. Joseph Murphy parece ser um bom exemplo de um sujeito que, dotado de um certo saber, encontrou *mil e uma maneiras de dizer a mesma coisa* em suas dezenas de livros. Pensamos que estamos falando de um sujeito ativo, explorando um vasto mercado que não era seu *a priori* e que ele conquistou.

Michel de Certeau (1996) nos ensina a olhar o cotidiano revelando “as operações dos usuários, supostamente entregues à passividade e à disciplina”. Seu trabalho tem por objetivo “explicitar as combinações de operações que compõem também (sem ser exclusivamente) uma *cultura* e exumar os modelos de ação característicos dos usuários, dos quais se esconde, sob o pudico nome de consumidores, o estatuto de dominados (o que não quer dizer passivos ou dóceis). O cotidiano se inventa com mil maneiras de caça não autorizada” (p.38). “Maneiras de fazer”, como diz Certeau, que formam a contrapartida, do lado dos consumidores (ou “dominados”?) dos processos mudos

que organizam a ordenação sócio-política" (p.41). Parece razoável considerar os autores desses livros de auto-ajuda como sujeitos *quebrando a disciplina e a passividade* ao aproveitarem um espaço criado por situações que eles não dominam, veiculando enunciados que também não são originais. É provável que eles desconheçam as origens do discurso que veiculam, o que não nos impede de perceber esses sujeitos explorando uma situação preestabelecida e alguns até lucrando bastante com ela.

A concepção de sujeito que estamos defendendo aqui é esclarecida em Possenti (1996). Defendendo a idéia do discurso como integralmente acontecimento e integralmente peça de uma estrutura (referindo-se obviamente a Pêcheux, 1990b), ele postula outros cinco princípios similares a respeito dos sujeitos e discursos. Esses princípios são:

- 1 os sujeitos são integralmente sociais e históricos e integralmente individuais – para evitar o subjetivismo desvariado ou a identificação do sujeito como uma peça;
- 2 cada discurso é integralmente histórico e social e integralmente pessoal e circunstancial – para evitar a idéia de que o sujeito é fonte de seu discurso e a de que é o discurso que se dá;
- 3 cada discurso é integralmente interdiscurso e integralmente relativo a um mundo exterior – para evitar a idéia de que o discurso refere-se diretamente às coisas e a de que tudo é discurso ou que a realidade, se houver uma, é criada pelo discurso;
- 4 cada discurso é integralmente ideológico e/ou inconsciente e integralmente cooperativo e interpessoal – para evitar a idéia de que o sujeito diz o que diz materializando as suas intenções e a de que o sujeito não tem nenhum poder de manobra e que o interlocutor concreto é irrelevante;
- 5 o falante sabe (integralmente?) o que está dizendo e ilude-se (integralmente) se pensar que sabe o que diz (ou que só diz o que quer) – para evitar que se desconheçam os saberes que os sujeitos acumulam em sua prática histórica e que se conclua disso que nada lhe é estranho ou desconhecido. (p.6)

Como a passagem esclarece, não se pode definir o sujeito só por um traço. Perguntamos ao leitor o que autores como Goethe, William James, Proust, Henry Ford, Thomas Kuhn, Pascal, Shakespeare têm em comum com a auto-ajuda. Aparentemente, nada, mas são todos, entre outros, fontes de citações que aparecem nos livros de auto-ajuda, citações essas que servem como reforços para atestar as idéias pro-

postas nos livros. Mas quem poderia imaginar que falas de personagens de Shakespeare iriam aparecer nos livros de auto-ajuda? Ou quem poderia prever que pensamentos de Kuhn e de Pascal sirvam para ensinar alguém a ganhar dinheiro, a vender mais, a ter sucesso profissional? Ora, não existe nada *a priori* que pudesse garantir ou prever a ocorrência dessas citações nesses livros. Mas sujeitos encontraram nos enunciados de outros sujeitos reforços para suas teses. Parece que não é imprudência considerar essas citações como atividades de sujeitos que reaproveitam o já-dito para tornar seus textos mais convincentes.

A respeito de citações, Authier-Revuz (1990) esclarece que elas, como um caso marcado de heterogeneidade mostrada, são “uma das formas lingüísticas de representação de diferentes modos de negociação do sujeito falante com a heterogeneidade constitutiva” (p.26). Segundo a autora, tais formas caracterizam-se como formas do desconhecimento da heterogeneidade constitutiva, por operarem sob o modo da denegação, “por uma espécie de compromisso precário que dá lugar ao heterogêneo e portanto o reconhece, mas para melhor negar sua onipresença” (p.33). Propomos inverter a ênfase de Authier-Revuz, da seguinte forma: o sujeito não sabe tudo, sabe menos do que pensa, desconhece o que parece controlar, mas revela, nas formas de heterogeneidade mostrada, que detém um certo saber.

Parece ser proveitoso aplicarmos a análise (de Certeau) às citações encontradas nos livros de auto-ajuda. Trata-se de maneiras de colocar bem a voz de um outro ou de outro(s). Podemos utilizá-las como exemplos da presença de uma alteridade na cadeia discursiva, mostrando como o sujeito não está sozinho, mas também utilizá-las para comprovar que existe um sujeito que revela um certo saber ao empregar bem esta ou aquela citação. Pensamos que a citação possa ser encarada como um processo bastante complexo, que ficaria reduzido caso fossem eliminados os seus autores: ora, essas citações envolvem escolhas de sujeitos que encontraram correspondência entre o que sustentam e os dizeres de autores que desfrutaram muito crédito. Temos, portanto, sujeitos em atividades que envolvem pelo menos um certo grau de conhecimento e de consciência, reinventando o cotidiano com uma boa dose de criatividade.

Em seguida, para mostrar mais detalhadamente alguns aspectos do funcionamento discursivo, analisaremos o enunciado “**Acorda, Brasil. Está na Hora da Escola!**”, com o intuito de tentar explicitar o trabalho realizado pelo sujeito. Sem voltar à hipótese do sujeito produtor, mas

considerando a interdiscursividade, nossa análise pretende mostrar que a constituição do *slogan* é um lugar onde o sujeito trabalha a partir de outros discursos.

**"Acorda, Brasil. Está na Hora da Escola!"** é um enunciado que foi utilizado como *slogan* do Programa do governo do Presidente da República Federativa do Brasil Fernando Henrique Cardoso – eleito pela coligação dos partidos políticos PSDB–PFL–PTB, considerados ideologicamente de direita (sobre a distinção direita e esquerda, ver Bobbio, 1995) – para a Educação. Esse *slogan* foi reprisado diversas vezes na abertura do ano letivo de 1995, nos meios de comunicação de massa, conclamando o empresariado e o povo para mobilizarem-se e dinamizarem o setor educacional. De acordo com o ministro da Educação e do Desporto, Paulo Renato de Souza:

desde o início do governo ele [o presidente Fernando H. Cardoso] reuniu empresários, formadores de opinião, comunicadores, atores, atrizes em atos que visavam chamar a atenção para a necessidade de o Brasil despertar para a Educação, procurando fazer com que a questão deixasse de ser um problema, para ser o grande fator do nosso desenvolvimento ... Uma parte importante da mobilização sem dúvida, é a contribuição do meio empresarial ... Sem dúvida, o outro segmento a ser mobilizado é o dos pais ... As escolas públicas, quando contam com esse apoio, têm desempenho semelhantes ao das escolas privadas. (*Boletim Acorda, Brasil*, p.3, ano I, nº 0, mar.1997)

Para Josecler Gomes Moreira, coordenador do Programa **"Acorda, Brasil"**:

o ministro trabalha para que o brasileiro, seja ele rico empresário ou um humilde trabalhador, deixe de olhar a escola pública só como questão de governo e passe a assumi-la pessoalmente, adotando ações de parceria em seu favor ... Foi dignificante conhecer cidadãos que ajudam a escola sem pedir nada em troca. Gente como o agricultor D. G. M. ... Incansável aos 92 anos, ele planta de sol a sol para doar alimentos a creches e escolas. (*Boletim Acorda, Brasil*, p.2, ano I, nº 0, mar.1997)

Embora de forma breve, recortamos as condições de produção que explicam, quanto às condições históricas e circunstanciais, a ocorrência do *slogan* em estudo.

**"Acorda, Brasil. Está na Hora da Escola!"** é um *slogan* político, que veicula a ideologia do cidadão como parceiro do governo. Consti-

tui uma fórmula concisa, fácil de ser percebida, retida, repetida para uma ação.

Como o discurso é heterogêneo, recortado e atravessado por outros discursos, há no *slogan* em análise a presença de outros discursos no interior do próprio discurso, ou seja, a interdiscursividade, assim como a materialização de operações lingüísticas resultante de um trabalho do sujeito.

De acordo com a teoria de Reboul (1975, p.2), podemos dizer que esse enunciado é um *slogan* "não pelo que diz, mas pelo que não diz, e que, no entanto, constitui seu alcance real, seu poder de incitação". Ou seja: a educação vai mal, mas a responsabilidade não é só do governo federal – do presidente, do ministro da educação –, é dos empresários, é do povo. Por isso, *despertem* da inércia, do sono e se mobilizem para melhorar a educação brasileira. Nesse *não dizer* inscreve-se um sujeito do discurso *esclarecido e porta-voz da verdade*.

**"Acorda, Brasil. Está na Hora da Escola!"** é um enunciado construído em forma de um chamado, de uma conclamação. A partir de *outro discurso*, ou seja, do enunciado: "Brasil ... **deitado** eternamente em berço esplêndido" (ver Hino Nacional do Brasil) é criado: **"Acorda, Brasil"**. Essa operação é um aspecto relevante do processo de produção do *slogan* em análise, pois a partir dela é possível desvelar, na própria matéria lingüística desse discurso, o traço decorrente do trabalho do sujeito sobre o próprio significante.

Esse processo é uma operação relevante do falante para construir esse *slogan*, que institui uma cena enunciativa na qual um sujeito fala a partir de uma Formação Discursiva (FD) elitista/iluminista. Essa FD identifica a prática do poder com uma tarefa essencialmente didática cujo objetivo principal é mudar o comportamento **dorminhoco** do Brasil caracterizado por estar **"deitado eternamente em berço esplêndido"**. É preciso que o *iluminador* (o despertador) acorde o Brasil, por isso ele conclama: **Acorda, Brasil**. Esse processo de construção do *slogan* mostra que o **outro** não é apenas consumido, ou seja, que esse *outro discurso* não estava pronto em um lugar e foi apenas mencionado. Mostra, sobretudo, que há uma estratégia, uma inventividade.

Percebe-se, assim, a presença do discurso das Luzes: valorizar o homem, o povo, *acordá-lo* da ignorância, das trevas. A esse propósito é significativa a seguinte citação de Kant (apud Fortes, 1995, p.83): "o que são as Luzes? A saída do homem de sua minoridade pela qual ele próprio é responsável". Esse discurso das Luzes forja um projeto de emancipação do cidadão por meio de sua própria ação: ele tem que *acordar* do

*berço esplêndido, sair da tutela do Estado e construir a escola que precisa.* No entanto, nesse colocar-se como possuidor do *excedente de visão* (ver Bakhtin, 1992) e nessa *visitação ao discurso iluminista* (neoliberal) do discurso sobre a modernização da educação há um deslocamento importante: a questão deixa de ser colocada na ordem do planejamento econômico, da responsabilidade do político, do governo federal, para ser considerada como discussão da ordem do privado, da generosidade do empresariado, da vontade do povo. Essa estratégia é uma forma de o governo não se responsabilizar, financeira, política e ideologicamente pelas péssimas condições de funcionamento da escola pública, assim como pela exclusão da escola da maioria das crianças das classes populares, pois as crianças das classes média e alta freqüentam as escolas particulares. Segundo esse *slogan*, o cidadão é definido como dono de seu próprio destino: a educação depende dele. A ação do cidadão é concebida como única garantia para uma nova identidade que dessa forma assegurará um destino de grandeza, de democracia, para a educação, para o real, para a nação.

O enunciado em análise recorda a cena de uma mãe, ou de um pai, pela manhã, acordando o filho dorminhoco para não perder a hora da escola, dizendo: "*Acorda, garoto(a). Está na hora da escola!*". Essa cena familiar e esse enunciado são transportados para o lugar de construção deste *slogan* político: "***Acorda, Brasil. Está na Hora da Escola!***". Essa representação não é uma mera retomada. Ela mostra uma ação que o sujeito faz com a linguagem. Mostra a presença de um sujeito manipulando materiais lingüísticos para produzir efeitos de sentido.

Essa representação é vital e busca operar como estratégia de legitimação de um sujeito que se representa como aquele cidadão especial ("*um(a) verdadeiro(a) pai/mãe*") capaz de enxergar a verdadeira dimensão da realidade em toda a sua complexidade: não há vagas para todos, não há qualidade na escola pública – agora é a hora da escola. E propor o único caminho possível: acordar, ou seja, ações por parte da população, pois a responsabilidade pela escola pública não é uma questão somente do governo federal, mas do povo. Depende da força de vontade de cada um, pois o governo cumpre sua parte, cabe aos outros cumprirem a sua.

Construir um *slogan* para obter uma ação específica, em determinadas condições de produção, mostra a presença de um sujeito operando para produzir peculiares efeitos de sentido. Embora não haja neste *slogan* um trabalho tão visível como nas piadas e nos provérbios alterados, pudemos demonstrar a existência de marcas da atividade do

sujeito. Na construção do *slogan*, o trabalho do sujeito é social, ideológico, histórico – pois nunca se trata apenas de introduzir num discurso marcas individuais –, mas é também um trabalho lingüístico. Encontramos no funcionamento do *slogan* alguns indícios deste trabalho quando observamos o processo de produção. Detectamos ações do sujeito na materialidade discursiva. Uma alternativa seria considerar que esses indícios são resultado da própria atividade da língua (ver Gadet & Pêcheux, 1981). Entretanto, nossa posição é que as ações da língua não excluem as ações dos sujeitos (sobre essa discussão, ver Geraldi, 1993).

Além das questões relativas às manobras dos sujeitos, pode-se explicitar outro aspecto correntemente associado à mesma problemática. Em textos como os que estamos analisando, trata-se de trabalho do sujeito ou de trabalho da própria língua? Para que a alternativa fique mais clara, analisamos, embora sem muito detalhe, um texto cuja característica básica é o investimento em clichês e provérbios. Seu efeito é humorístico, mas não é essa a característica que queremos ressaltar. O que será destacado é essencialmente o procedimento de montagem do texto, que explora em larga escala o discurso de outro.

Pretendemos mostrar, analisando algumas passagens de um texto que acumula “discursos de outro”, que não se pode voltar ao sujeito originário, pois fica claro que o texto resulta de uma montagem com materiais que certamente não pertencem ao autor, mas que isso não significa postular a ausência de sujeito, a morte do autor, exatamente porque o que o autor faz com tais materiais não é o óbvio ou o corrente, mas outra coisa, eventualmente bastante original. O texto “FRASES”, de Luiz Fernando Veríssimo, pode ser assim resumido:

Um senhor começa a pensar que tem problemas no dia em que, conversando com os amigos, se refere a alguém como tendo uma *paciência de Lot*. Eles lhe objetam que se diz *paciência de Jó*, mas ele insiste, e sua insistência dos amigos o faz duvidar, *como Macbeth*. Decide consultar um colega que ainda não se manifestara, esperando que ele desse o *voto de Mecenas*, pois o considerava *justo como Moisés*. Consolado pelos amigos, elabora uma pequena teoria segundo a qual só há um jeito certo de dizer as coisas, que se deve respeitar as frases que milhares de anos criaram para todas as ocasiões. Trair tal herança seria como voltar à *torre de Babilônia*. Foi para casa, derrotado como *Napoleão depois de Watergate*. À noite, desesperado, sente que falta pouco *para tomar cicuta, como Aristóteles*. Sozinho, fica pensando em como as frases erradas o tornariam vulnerável, seriam seu *calcanhar de Ulisses*. Considera que está ficando velho como... *como Mateus*. No dia seguinte,

decide recomeçar. Afinal *Esparta não fora feita num só dia*. Em pouco tempo, *tudo estaria como antes no quartel de... de...* Decide ir ao médico, que *fez ouvidos de marceneiro* em relação a suas queixas, embora fosse insuspeito, *como a mulher de Nero*. Quando o médico lhe diz que ele está bem, responde, incrédulo, com *Sonho de uma tarde de outono*. Quando o médico diz que não vai receitar nada, pergunta-lhe se vai lavar as mãos. O médico responde *como Pilatos*, ao que ele retruca *como Herodes*. Decide ir para casa, viver recluso, sem falar com ninguém. Afinal, *o silêncio é de prata*.

A característica mais visível deste texto é o volume de citações de frases feitas de tipos variados. Temos, aqui, um excelente exemplo condensado, que serviria para defender a morte do autor e a preponderância do intertexto. Simplificando um pouco, corre-se o risco de desprezar o trabalho do autor, que, no entanto, não necessariamente está ausente, pois, de modo notório, *ao mesmo tempo, cita, mas inventa, e inventa, mas seguindo limites bastante estritos*. Assim, inventa “paciência de Lot”, “duvidar como Macbeth”, “Esparta não foi feita num só dia”, “sonho de uma tarde de outono”, “o silêncio é de prata”, entre outras formas. O que significa que cita (aludindo) as fórmulas “corretas” que se ouvem por detrás das (que estão sob as) que aparecem no texto. Além disso, inventa seguindo um esquema estrito: Lot e Jó são personagens bíblicos, Macbeth e Hamlet são personagens de Skakespeare, Roma e Esparta são cidades (antigas), tarde e noite são períodos de tempo, outono e verão são estações do ano, prata e ouro são metais (e metáforas correntes). O que equivale a dizer: há inventividade, mas há esquema (aliás, só há inventividade com esquema). E, correlativa e inversamente, há esquema, há discursos prontos, mas também há invenção sobre eles. Além disso, não é de desprezar o fato de que o texto demanda um leitor (cooperativo, diria Eco, 1979) que reconheça as fórmulas aludidas, pois sem isso o texto não funciona – se onde uns riem outros ficam constrangidos, tudo bem, mas se ninguém ri, o texto fracassa. Barthes (1988) sugere que o autor precisa morrer para que o leitor possa assumir o papel de dar unidade ao texto, ou seja, de dar-lhe sentido. Mas por que transpor para o leitor um poder total atribuído anteriormente ao autor? Por que é que se precisa atribuir a alguém o poder total? Por que não explicar o funcionamento dos textos considerando critérios variados (gêneros, estilos etc.), consideradas as marcas presentes nos textos (pistas, sintomas), mas considerando também algum tipo de interação entre os pólos “exteriores” do leitor e do autor, mesmo que desigualmente, se for o caso? Ousaria dizer, por mais que



isso soe à pragmática, que L. F. Veríssimo, a cada uma das frases feitas que subverteu, sabia que as estava subvertendo, e espera que seus leitores se apercebam de suas manobras.

Assim, imagináramos ter argumentos convincentes para que se possa pensar em sujeitos que realizam operações e em textos que apresentem novidades, sem que isso signifique postular sujeitos que sabem tudo, que estão acima dos gêneros e da história, e textos que nada tenham a ver com outros textos. Enfim, pensamos que é possível conceber *sujeitos trabalhando*, e trabalho que deixa marcas nos textos (assim como outros trabalhadores deixam suas marcas nos objetos que produzem, especialmente se buscam efeito estético. Poderíamos pensar nos produtos artesanais e na culinária, se não quisermos considerar a grande arte...). Eventualmente, pequenas marcas. Na enunciação de lugares-comuns e de provérbios, quer se trate da enunciação das fórmulas enquanto tais quer se trate de sua enunciação "alterada", cremos que não se pode dizer nem que cada caso é um caso, como se não houvesse condições que presidem sua enunciação (sua "boa colocação"), nem que a enunciação é automática, como se não houvesse algum processo, que inclui, de forma relevante, avaliação, decisão, aposta por parte do sujeito/autor/locutor.

MARQUES, M. C. S. S., BRUNELLI, A. F., POSSENTI, S. Discourse of the other: there, where the subject works. *Alfa (São Paulo)*, v.42, p.113-131, 1998.

- **ABSTRACT:** *This paper investigates the strategical work done by the subject of the discourse upon the discourse of the Other/other. Without reviving the idea of the subject as an original creator and, on the other hand, without supposing the speaker totally submitted to the discourse, we conceive this subject as a strategist – in the meaning proposed by M. de Certeau in L'invention du quotidien. From this point of view, we analyse texts in which it is possible to verify the subject's work in the discourse process.*
- **KEYWORDS:** *Discourse; heterogeneity; work; subject.*

## Referências bibliográficas

- AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). *Caderno de Estudos Linguísticos (Campinas)*, v.19, p.25-42, 1990.
- BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992. 426p.
- BARTHES, R. A morte do autor. In:\_\_\_\_\_. *O rumor da língua*. São Paulo: Brasiliense, 1988. p.65-70.
- BOBBIO, N. *Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política*. São Paulo: Editora UNESP, 1995. 129p.
- CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano: as artes de fazer*. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1996. 352p.
- CLARK, K., HOLQUIST, M. *Mikhail Bakhtin*. São Paulo: Perspectiva, 1998. 384p.
- ECO, U. *Lector in fabula*. São Paulo: Perspectiva, 1979. 224p.
- FORTES, L. R. S. *O iluminismo e os reis filósofos*. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1995. 92p.
- GADET, F., PÊCHEUX, M. *La langue introuvable*. Paris: Maspero, 1981. 252p.
- GERALDI, J. W. *Portos de passagem*. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1993. 254p.
- \_\_\_\_\_. *Linguagem e ensino: exercícios de militância e divulgação*. Campinas: Mercado de Letras, 1996. 148p.
- HAY, L. L. *Você pode curar sua vida*. São Paulo: Best-Seller, 1984. p.17-8.
- MURPHY, J. *O poder milagroso de alcançar riquezas infinitas*. 11.ed. Rio de Janeiro: Record, 1994.
- PÊCHEUX, M. Análise do discurso: três épocas. In: GADET, F., HAK, T. (Org.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da Unicamp, 1990a. p.311-8.
- \_\_\_\_\_. *Discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes, 1990b. 70p.
- PÊCHEUX, M., FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. In: GADET, F., HAK, T. (Org.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da Unicamp, 1990. p.163-252.
- POSSENTI, S. O eu no discurso do outro, ou a subjetividade mostrada. *Alfa (São Paulo)*, v.39, p.45-55, 1995.
- \_\_\_\_\_. O sujeito fora do arquivo. In: MAGALHÃES, I. (Org.) *As múltiplas faces da linguagem*. Brasília: Editora da UnB, 1996. p.37-47.
- PRADO, L. *Alegria e triunfo*. São Paulo: Pensamento, 1991.

REBOUL, O. *O slogan*. São Paulo: Cultrix, 1975.

RIBEIRO, L. *O sucesso não ocorre por acaso: você pode mudar sua vida*. 25.ed.  
Rio de Janeiro: Rosa do Ventos, 1992.

SCHNEIDER, M. *Ladrões de palavras*. Campinas: Editora da Unicamp, 1990.  
506p.