

LINGUASAGEM

VIDA PESSOAL E VIDA PROFISSIONAL ASPECTOS DISCURSIVOS NA REVISTA VOCÊ S/A

Susana Soares dos SANTOS¹
Edvânia Gomes da SILVA²

RESUMO

Neste artigo, considerando as reflexões de Pêcheux (1975, 1983a, 1983b, 2014), sobre memória, e as discussões de Arendt (1958), sobre esfera pública e esfera privada, descrevemos e analisamos alguns excertos retirados de edições da revista VOCÊ S/A, procurando identificar quais discursos encontram-se materializados na referida revista acerca das relações entre vida pessoal e vida profissional, pois defendemos que tais relações contribuem na constituição de certa memória acerca da postura do sujeito-profissional da/na contemporaneidade. As análises mostraram que existe certa padronização do sujeito-profissional que visa torná-lo mais produtivo para o mercado de trabalho, pois, somente assim, segundo a ideologia capitalista, ele alcançará uma vida mais satisfatória. Além disso, as análises indicaram também que o enunciador VOCÊ S/A apresenta-se como um sábio, um conselheiro que anuncia do lugar de que detém certo saber acerca do empreendedorismo, da liderança, das finanças e também acerca da relação desses temas com a vida pessoal do seu coenunciador. Desta forma, os enunciados também revelam o funcionamento de um discurso autoritário da referida revista, pois, ao enunciar como se estivesse afirmando uma verdade absoluta, ela materializa um efeito de negação da contradição, mesmo que essa não possa ser de fato apagada.

Palavras-chave: Memória discursiva; Efeito de sentido; Sujeito Profissional; Trabalho.

ABSTRACT

In this article, considering the reflections by Pêcheux (1975, 1983a, 1983b, 2014) on memory and the pre-built and the discussions by Arendt (1958) on public and private

¹ Mestre em Linguística pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – PPGLin/UESB; membro do Grupo de Pesquisa em Análise de Discurso (GPADis); e-mail: susanasns@yahoo.com.br

² Professora Titular da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB) e professora efetiva do Programa de Pós-Graduação em Memória: Linguagem e Sociedade (CAPES/UESB) e do Programa de Pós-Graduação em Linguística (CAPES/UESB). Membro do Grupo de Pesquisa em Análise de Discurso e do Grupo Fórmulas e Estereótipos: Teoria e Análise (FEsTA). Orientadora da dissertação que deu origem a este artigo; e-mail: edvania_g@yahoo.com.br

spheres, we describe and analyze some clippings from the magazine VOCÊ S/A, trying to identify which discourses are materialized in the aforementioned magazine about the relationships between personal life and professional life, since we argue that these relationships contribute to the constitution of a certain memory about the posture of the professional-individual of/in contemporaneity. The analyses showed that there is some standardization of the professional-individual whose objective is to make him/her more productive for the labor market, because only thus, from the capitalist point of view, he/she will achieve a more satisfying life. In addition, the analyses also indicated that the enunciator VOCÊ S/A presents itself as a wise counselor announcing from the place that has certain knowledge about entrepreneurship, leadership, finances, and also about the relationship of these issues with the personal life of its co-enunciator. Therefore, the statements also reveal the functioning of an authoritative discourse of the referred magazine because, by enunciating as if stating an absolute truth, it materializes a denial effect of the contradiction, even if these cannot be, in fact, erased.

Keywords: Discursive memory; Meaning effect; Professional-Individual; Work.

INTRODUÇÃO

Neste artigo, analisamos quais discursos encontram-se materializados na revista VOCÊ S/A acerca das relações entre vida pessoal e vida profissional. Esse objetivo liga-se à hipótese segundo a qual há, em VOCÊ S/A, uma vinculação entre vida pessoal e vida profissional. Tal vinculação ocorre porque, para o discurso materializado na revista, existe uma forma de “ser” do sujeito-empresário e do sujeito-profissional e essa forma de “ser” define que esses sujeitos devem vincular sua vida profissional à vida pessoal. Essa forma de “ser”, ou seja, de se constituir como sujeito desse discurso empresarial/profissional está relacionada a uma memória que define o sujeito contemporâneo como alguém que precisa priorizar sua vida profissional, investindo nela de variadas formas, a fim de conseguir sucesso, reconhecimento e, conseqüentemente, felicidade. Deste modo, busca-se fazer da vida pessoal uma extensão da profissional, numa tentativa de conciliá-las. Para nortear este estudo, elaboramos a seguinte questão: quais discursos acerca do sujeito-empresário e do sujeito-profissional encontram-se materializados na revista VOCÊ S/A? Para desenvolver o referido artigo, partimos das discussões empreendidas por Arendt (1958), acerca da relação entre público e privado, pois defendemos que tais relações contribuem na constituição de certa memória acerca da postura do sujeito-profissional da/na contemporaneidade; também recorreremos aos pressupostos teóricos de Pêcheux (1975, 1983a, 1983b, 2014); e aos estudos de Maingueneau (2004, 2010, 2014), de Orlandi (1999) e de Fonseca-Silva (2007).

SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PÚBLICO E PRIVADO

A distinção entre público e privado remonta às sociedades da antiguidade, logo não se trata de uma distinção atual e exclusiva das sociedades modernas e/ou contemporâneas. Arendt (1958) recorre ao pensamento dos antigos gregos para mostrar a distinção que estes faziam entre a esfera pública e a privada, mas mostra também que, na sociedade moderna, essa distinção já não é tão marcada, pois a linha divisória entre o espaço público e o privado ficou mais tênue. Apesar disso, para a autora, a distinção entre esses dois domínios básicos é determinante para melhor compreendermos os espaços onde se realizam as atividades humanas – *trabalho, obra, ação*³.

Ainda segundo Arendt (1958), os gregos entendiam que há uma vida no espaço público, como esfera do comum (*koinon*), da política e da liberdade, que se opõe ao espaço privado, ao domínio do lar (*oikios*). A partir desse pensamento grego, a autora diz que a capacidade humana de organização política é diferente e oposta à associação natural, cujo centro é o lar (*oikia*) e a família. Desta forma, todas as atividades necessárias e presentes nas comunidades humanas tinham seus espaços delimitados pelos locais onde se realizavam cada uma delas. A relação que se estabelece é que a esfera pública, ou seja, a *polis* era o espaço onde se situava a liberdade, enquanto o lar, esfera privada, era o espaço onde a necessidade reinava, caracterizando um fenômeno pré-político.

Para Arendt (1958), a divisão entre os espaços do público e do privado, na qual se baseava todo o antigo pensamento político, não existe mais, pois, o que antes era assunto do lar, da família, da esfera privada, como a economia doméstica, atualmente é assunto coletivo, do âmbito da economia nacional, da vida pública. Deste modo, ainda segundo a referida autora, a partir da modernidade, a linha divisória entre o público e o privado passa a ser inteiramente difusa, o que há é uma gigantesca esfera social, responsável por administrar uma economia doméstica coletiva (privada) através da política e do mundo comum (pública).

Distanciando-se da ideia de público e de privado da antiguidade, a era moderna apresenta, como o oposto da vida privada, o conformismo e a igualdade que são impostos pela nova sociedade na esfera social. Essa nova sociedade exige que seus membros ajam como se fossem membros de uma enorme família que tem apenas uma opinião e um único interesse; são essas as exigências niveladoras do social, não

³ Em relação aos conceitos de *trabalho, obra e ação*, conferir Arendt (1958).

importando se a nação se compõe de iguais ou desiguais, ou seja, é o conformismo inerente à sociedade que ocupa o espaço público. Quanto à igualdade, essa mesma sociedade exclui a possibilidade da ação, que, na antiguidade grega, era excluída do lar doméstico. Nessa perspectiva, ainda segundo Arendt (1958), no lugar da *ação*, a sociedade espera de cada membro certo tipo de comportamento, impondo inúmeras e variadas regras, com o intuito de “normalizar” esses mesmos membros, excluindo, assim, a ação espontânea. Desta forma, Arendt (19858) defende que essa igualdade moderna, baseada no conformismo, e que só é possível porque o comportamento substituiu a *ação* como principal forma de relação humana, está longe de ser a igualdade de pares da cidade-Estado grega.

Na revista *VOCÊ S/A*, *corpus* deste trabalho, verificamos de que forma o conformismo, inerente à sociedade moderna, ocupa o espaço público. Na discursividade da revista, vemos materializadas as exigências niveladoras do social, que estão presentes na sociedade, segundo Arendt (1958), desde a modernidade, e atingem, conforme defendemos aqui, também as práticas contemporâneas. No mundo do trabalho, todos devem agir em prol de um único interesse: a produtividade, excluindo, assim, a possibilidade da ação a que os gregos se referiam. Deste modo, não havendo espaço para a ação (política), a vida, na perspectiva arendtiana, encontra-se literalmente morta para o mundo, deixando, portanto, de ser uma vida humana. Nessa perspectiva, para Arendt, a ação é o modo pelo qual os seres humanos aparecem uns para os outros. Dessa forma, ao priorizar a produtividade, o mundo moderno (e também o contemporâneo) parece ter reduzido o homem ao *animal laborans* como modelo da vida feliz. Nesse sentido, o mundo do trabalho, na atualidade, impõe inúmeras regras, valores e comportamentos para que os indivíduos se moldem ao formato da empresa. É o que indicam as formulações linguísticas, a seguir:

- (1) Direcionar o desenvolvimento individual para o fortalecimento desses pontos é uma maneira de atender à demanda das empresas (*Você S/A*, julho de 2012, grifamos).
- (2) Se você tiver uma boa capacidade de aprendizado, for criativo e souber trabalhar em equipe, terá uma ascensão mais rápida (*Você S/A*, julho de 2012, grifamos).
- (3) O comportamento do profissional – Conheça 12 características que constituem o perfil de todo profissional: Determinação, Individualismo, Autonomia, Persuasão, Intuição, Persistência, Sociabilidade, Dependência, Obediência, Consideração, Objetividade, Sensibilidade (*Você S/A*, Julho de 2012, grifamos).
- (4) Candidato Ideal – Se você se propôs a encarar um processo de seleção, estude a empresa para a qual está se candidatando. “É

importante escolher empresas que combinem com o seu perfil”
(*Você S/A*, maio de 2015).

Nas formulações selecionadas, vemos materializado um discurso segundo o qual o profissional deve se adequar à empresa. No primeiro excerto, a expressão “o desenvolvimento individual” está em relação com “uma maneira de atender à demanda das empresas”, o que mostra que, no mundo empresarial/do trabalho, as melhorias individuais são determinadas pelas necessidades das empresas. O excerto (2) mostra, por meio de uma oração condicional, que a capacidade de aprendizagem, a criatividade e a capacidade de trabalhar em equipe, apresentadas como características possíveis de um “você” genérico, estão em relação com a expressão referencial indefinida “uma ascensão mais rápida”. Essa expressão, que deixa o lugar onde essa suposta ascensão ocorrerá elíptico (no restante da reportagem, verificamos que se trata de uma ascensão na vida profissional), mostra, mais uma vez, o apagamento da ação individual em prol de uma ação voltada principalmente para a empresa e para os interesses do mundo empresarial, os quais passam a ser, em certa medida, os interesses do próprio sujeito.

No exemplo (3), a expressão referencial definida “o perfil de todo profissional” indica uma uniformização, segundo a qual “todo profissional” tem que ter o mesmo perfil, ou, ao menos, “algumas características” gerais, as quais devem ser seguidas por aqueles que se subjetivam nesse lugar de “profissional”. Nesse sentido, vemos, novamente, a materialização de um discurso da normalização, o qual, segundo defende Arendt (1958), exclui a ação espontânea. No excerto (4), a expressão referencial definida “candidato ideal” indica que existe um candidato ideal. O adjetivo “ideal”, que qualifica “candidato”, não é especificado, ou seja, o enunciador VOCÊ S/A não mostra quais são as características que fazem o candidato ser um “candidato ideal”. Contudo, no decorrer da matéria, verificamos que o “candidato ideal” é aquele que converge seus interesses para os interesses da empresa.

Retomando o texto de Arendt (1958), a autora afirma que o surgimento da sociedade de massa indica que os vários grupos sociais foram absorvidos por uma sociedade única, e que o domínio do social atingiu um ponto em que tal domínio abrange e controla, igualmente e com a mesma força, todos os membros de uma determinada comunidade. E é, ainda segundo a autora, essa cultura de massa que sustenta o mundo contemporâneo.

A partir dessa perspectiva, Arendt (1958) defende que a absorção da unidade familiar por essa nova sociedade contribuiu para o esfacelamento da correlação das atividades humanas (trabalho, obra, ação), e a atividade relacionada ao trabalho (labor) se tornou hegemônica, passando a reger as demais atividades. Diante dessa inversão das esferas pública e privada, em que ocorreu a sujeição da esfera privada aos interesses públicos dos indivíduos, Arendt (1958) defende que a sociedade atual mostra a esfera privada como sendo uma extensão do espaço público. Nesse sentido, ainda segundo a autora, o que antes era do domínio privado, ganhou publicidade e hoje a economia política do Estado-nação efetiva-se no controle do poder estatal sobre a família e sobre a administração doméstica do lar.

Ainda de acordo com a autora, devido a essa mudança de localização das atividades humanas, a intimidade e a vida privada atualmente são expostas ao público. No *corpus* deste artigo, vemos, mais uma vez, a materialização do que é apresentado por Arendt em suas discussões filosóficas: a revista VOCÊ S/A apresenta algumas seções nas quais profissionais revelam sua esfera íntima ao público, mostrando, por exemplo, quais foram seus dilemas pessoais e profissionais, suas decisões mais difíceis na carreira e na vida pessoal, etc. Ao contarem essas histórias, que, segundo a revista, são inspiradoras para quem pretende empreender na vida e na carreira, essas personagens revelam ao público a intimidade de sua vida privada. Esse deslocamento, imposto pela ascensão do social, desperta o interesse de muitos, principalmente do leitor de VOCÊ S/A, em conhecer a vida de outros profissionais, com o intuito de se inspirar nas experiências alheias. Nesse particular, os meios de comunicação, a exemplo da revista VOCÊ S/A, são um dos responsáveis pela exposição da intimidade do sujeito ao público.

Diante do exposto, buscamos mostrar que, na discursividade da revista VOCÊ S/A, a vida pessoal e a profissional do sujeito contemporâneo se misturam de tal forma que as dimensões das esferas pública e privada apresentam-se diluídas na esfera social. Ou seja, a vida privada e a intimidade do sujeito tornaram-se interesses da esfera pública do social. Nesse sentido, tudo que concerniria ao sujeito individual é tratado em público, isso ocorre em relação às finanças pessoais, à espiritualidade, às agonias da existência, à vida familiar, aos dilemas pessoais e profissionais, etc. Nesse ínterim, a revista em questão se apresenta com a função de oferecer um suporte “para quem quer trabalhar melhor; para quem busca desenvolvimento constante e uma relação mais saudável e feliz entre a vida profissional e a pessoal” (*Você S/A*, agosto de 2014).

Nas formulações linguísticas, a seguir, mostramos como a revista materializa discursos acerca dessa relação entre público e privado:

- (5) Conversar com um *coach* ou um mentor ajuda a refletir na busca de algo que realmente goste e esteja alinhado ao seu propósito de vida (*Você S/A*, abril de 2011 grifamos).
- (6) Os projetos de carreira tendem a ser cada vez mais projetos de vida (*Você S/A*, junho de 2011 grifamos).
- (7) Daqui para frente, gerenciar sua grana e garantir o bem-estar do seu bolso e, conseqüentemente, da sua vida pessoal e profissional deve ser tão prioritário quanto cuidar da sua saúde (*Você S/A*, setembro de 2011, grifamos).
- (8) O consultor simplifica um processo mais profundo, que tem a ver com compreender qual o significado que você quer dar à sua vida. Só assim é possível montar uma estratégia financeira que faça sentido (*Você S/A*, dezembro de 2011, grifamos).

Vemos materializado, nos excertos citados, o discurso de que a atividade profissional deve estar alinhada ao projeto de vida, isto é, sua carreira é parte também da sua vida pessoal, e, para alcançar a união desses projetos, existem pessoas capacitadas para ajudar o profissional a encontrar o caminho que o leve ao sucesso, que nesse discurso, funciona como paráfrase de felicidade.

No excerto (5), a frase “conversar com um *coach* ou um mentor ajuda a refletir na busca de algo que realmente goste” indica que escolher uma carreira é algo difícil, por isso a necessidade de uma ajuda “profissional”. Tal expressão aponta, ainda, para a necessidade de o coenunciador (aquele que se identifica com esta posição de sujeito) ter uma orientação especializada que o ajude a ascender na vida pessoal e profissional. Ainda em relação ao excerto cinco, verificamos que o verbo “conversar”, que aparece no infinitivo, está em relação de paráfrase com expressões como “buscar um aconselhamento” ou “buscar ajuda”, já que o “*coach* ou mentor” é aquele que “ajuda a refletir na busca de algo que realmente goste e esteja alinhado ao seu propósito de vida”.

No excerto (6), a expressão referencial definida “os projetos de carreira” aponta para uma memória segundo a qual o exercício da atividade profissional requer um plano, um guia, um projeto de carreira que ajuda o sujeito profissional a atingir seus sonhos e metas. A expressão “de carreira” funciona como qualificador do termo “projetos”, o que indica que há outros projetos que não sejam de carreira, como por exemplo, “projetos de vida”. Vemos, ainda nesse excerto, a materialização de um discurso segundo o qual os projetos de carreira tendem a se tornar projetos de vida, o

que mostra, mais uma vez, a vinculação entre vida profissional e vida pessoal, já que, nesse caso, ambas se misturam em um projeto único. No mundo contemporâneo, essa mistura mostra a presença, no referido discurso, dos interesses da sociedade capitalista, pois, para essa sociedade, o profissional deve buscar meios para se ajustar às exigências do mercado de trabalho, isto é, aos interesses da empresa, mesmo que isso implique em um apagamento de sua vida pessoal em detrimento da vida profissional.

No excerto (7), o dêitico de tempo “daqui pra frente” serve de referência temporal, este tempo apoia-se na situação da enunciação. Desta forma, a expressão dêitica marca o momento em que o coenunciador cuidará do “bem-estar” de seu próprio “bolso”, e este momento começa a partir da leitura da referida revista. O advérbio “consequentemente” vincula a expressão “gerenciar sua grana e garantir o bem-estar do seu bolso” ao complemento “da sua vida pessoal e profissional”, produzindo uma relação de causa e efeito, segundo a qual o equilíbrio das finanças produz bem-estar tanto na vida profissional quanto na vida pessoal do coenunciador. Aqui, o enunciado materializa um efeito de sentido segundo o qual o bem-estar “do bolso” garante felicidade não só na vida profissional, mas também na pessoal. Nessa perspectiva, vemos, mais uma vez, a materialização de um discurso segundo o qual existe um vínculo entre vida profissional e vida pessoal.

O exemplo (8) mostra que a montagem “de uma estratégia financeira que faça sentido” está diretamente relacionada com “compreender o significado que você quer dar à sua vida”. Nesse sentido, vemos a materialização de um discurso acerca de uma educação financeira, em que o profissional aprende a gastar seu dinheiro de forma compatível com a sua vida. Isso mostra que, como afirma Arendt (1958), o que antes era assunto da esfera privada, como a economia doméstica, atualmente é assunto coletivo, do âmbito da vida pública. Portanto, como estamos defendendo aqui, a vida privada e a pública apresentam-se diluídas na esfera social.

Nas análises desses excertos, vimos que a revista VOCÊ S/A mostra-se como um enunciatador sábio, que enuncia do lugar de quem detém o saber de ensinar, ajudando a fazer com que seus leitores/coenunciadores trabalhem melhor e busquem uma relação saudável e feliz entre vida profissional e pessoal. Ao ocupar esse lugar do saber, a referida revista assume um discurso autoritário que tende a não contradição. Vimos, assim, a materialização de um discurso da absorção das atividades privadas por meio da ação política. Trata-se, retomando, em alguma medida, o trabalho de Arendt (1958), do momento em que a vida privada e a vida pública apresentam-se diluídas na esfera

social. Para a autora, tal absorção deve-se à moderna concepção de sociedade, que toma a política como espaço de regulação da esfera privada, transformando os interesses do lar em preocupação coletiva. Vemos, também, que a atividade profissional, na sociedade contemporânea, tem por objetivo garantir as necessidades da vida e a sobrevivência da espécie. Desta forma, a relação entre público e privado, como apresentada na revista VOCÊ S/A, contribui para constituição de certa memória acerca da postura do sujeito-profissional da contemporaneidade.

MEMÓRIA E ATUALIDADE EM VOCÊ S/A

Neste tópico, analisamos como a memória discursiva é retomada na discursivização de VOCÊ S/A, quando a referida revista trata da relação entre as esferas pública e privada, detendo-se em temas ligados à carreira e à qualificação do sujeito-profissional. Trata-se, portanto, de verificar de que forma a memória acerca do funcionamento do sujeito-profissional se atualiza no acontecimento das reportagens de VOCÊ S/A ou, em outras palavras, que possibilidades de dizer se atualizam no momento da enunciação.

Para realizarmos as análises deste tópico, reportamos aos estudos de Pêcheux (1975, 1983a; 1983b) que tratam da questão da memória discursiva como sendo estruturação de materialidade discursiva, entendida em uma dialética da repetição e da regularização.

Nas análises, recorreremos bastante ao conceito de pré-construído, o qual remete a um já-dito que está na base do dizível, ou seja, a uma memória (o saber discursivo). O termo pré-construído foi cunhado por Henry para “designar o que remete a uma construção anterior, exterior, mas sempre independente, em oposição ao que é ‘construído’ pelo enunciado”. De acordo com o Pêcheux, “trata-se do efeito discursivo ligado ao *encaixe* sintático” (HENRY, 1975, *apud* PÊCHEUX, 1975, p. 89). Pêcheux (1975) acrescenta ainda que o pré-construído se apoia na relação entre os “domínios de pensamento”, relação de discrepância que toma a forma: i) da exterioridade-anterioridade (pré-construído); e ii) do “retorno do saber no pensamento”, que produz uma evocação sobre a qual se apoia a tomada de posição do sujeito.

Sendo assim, para o referido autor, que defende ser o efeito de pré-construído um indício do funcionamento da memória discursiva, o discurso é exterior ao sujeito, pois este sujeito se encontra em filiações históricas que se organizam em memórias.

Convém destacar as considerações que Pêcheux (1983a) faz acerca do enunciado. Para o autor, “todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar à interpretação” (PÊCHEUX, 1983a, p. 53). Um enunciado, nesse sentido, corresponde ao que foi dito e que se encontra descrito em uma materialidade linguística.

Nessa perspectiva, Pêcheux (1975) argumenta que é sobre a *base linguística* que se desenvolvem os *processos discursivos*, para o autor essa relação constitui um dos pontos fundamentais da articulação da teoria do discurso com a Linguística.

Fonseca-Silva (2007), no artigo *Mídias e lugares de memória discursiva*, opera deslocamentos nos conceito de *lugar de memória* (Halbwachs, 1925, 1950; Nora, 1984), *domínios de memória* (Foucault, 1969) e *memória discursiva* (Courtine, 1981, 1994), para pensar as mídias como *lugares de memória discursiva* na sociedade contemporânea. Assim, diz a autora:

Se quisermos analisar de que forma as mídias funcionam como lugares de construção de memória na sociedade contemporânea, temos que pensar como se dá a aparição de um real fragmentado e disperso e a construção de um imaginário que se confunde com o próprio real nas materialidades simbólicas de significação que envolve o verbal e o não verbal. É nesse sentido que tomamos anúncios publicitários como espaço simbólico de significação e, conseqüentemente, como lugares de memórias discursiva e social (FONSECA-SILVA, 2007, p.25).

Nesse sentido, defendemos que a revista VOCÊ S/A é uma materialidade simbólica de significação que funciona como um *lugar de memória discursiva* onde se materializam discursos que circulam na sociedade acerca da vida pessoal e da vida profissional do sujeito da/na contemporaneidade.

SUJEITO-PROFISSIONAL: VIDA PRIVADA E VIDA PÚBLICA

Nas formulações linguísticas, a seguir, identificamos, primeiramente, de que lugar fala o enunciador VOCÊ S/A, sabendo que ele não é a origem do seu dizer, mas apenas assume posições; e identificamos também uma posição de sujeito que indica a discursivização do sujeito-profissional. Na discursivização sobre esse sujeito-profissional, mostramos que memórias emergem dos enunciados materializados na VOCÊ S/A. As expressões grifadas, a seguir, indicam os pontos de destaque da análise.

Salientamos que os enunciados não foram retirados de uma única seção nem de uma mesma edição da referida revista.

- (09) Interessante a reportagem de capa *Saia do Vermelho e Fique Bem com seu Orçamento* (setembro). Em um país onde as escolas e universidades não têm educação financeira entre as suas disciplinas, a VOCÊ S/A vem dando uma verdadeira aula de como se educar financeiramente (*Você S/A*, outubro de 2011, grifamos).
- (10) Fique livre das dívidas – 16 soluções para organizar suas finanças e consumir sem culpa (*Você S/A*, dezembro de 2011, grifamos).
- (11) A seguir, you confere sete resoluções que fizeram a diferença na vida de profissionais cujo desejo era ter uma vida mais feliz, menos estressante e com mais dinheiro. Uma delas pode servir de inspiração para você (*Você S/A*, dezembro de 2011, grifamos).

Os excertos destacados materializam discursos que se relacionam aos domínios do público e do privado. Atividades que antes eram do âmbito privado, agora são assuntos da esfera pública. De acordo com Arendt (1958), como mostramos acima, os gregos distinguiram uma vida no espaço público como esfera do comum (*koinon*), da política e da liberdade; e outra vida no espaço privado, no domínio do lar (*oikios*). Ao discursivizar sobre o sujeito-profissional, a *VOCÊ S/A* materializa uma posição de sujeito segundo a qual o indivíduo, para resolver questões referentes à esfera privada, questões essas especificamente relacionadas à área da economia doméstica/pessoal, conta com a ajuda de especialistas, ou seja, recorre ao espaço público para solucionar questões referentes ao espaço privado. Vale salientar, ainda, que a referida revista ocupa esse lugar social situado na esfera pública. Segundo Arendt (1958), o antigo pensamento político considerava a economia doméstica assunto do lar, da esfera privada, e, somente nessa esfera, tais questões eram resolvidas. No excerto (09), a expressão “saia do vermelho e fique bem com seu orçamento” faz funcionar dois pré-construídos: o primeiro é o de que dívidas existem e são danosas ao sujeito; e o segundo é o de que existe orçamento e não saber lidar com ele faz o sujeito contrair dívidas. Vemos também, neste período, duas orações que se articulam, pois “sair do vermelho” é a condição para “ficar bem com o seu orçamento”. Nesse caso, a argumentação da segunda oração produz um efeito de sustentação, o qual, segundo Pêcheux (1975), consiste na articulação entre pensamentos, e isso por meio de uma relação de implicação entre duas propriedades (PÊCHEUX, 1975, p.101). A primeira oração “saia do

vermelho” funciona como uma memória discursiva sobre o perigo, pois a cor vermelha, na perspectiva da cromatografia financeira, sinaliza problema, perigo. Assim, por meio de um efeito da memória sobre a atualidade, “vermelho” e “dívidas” estão em relação de paráfrase. As dívidas/vermelho representam obstáculos para que o sujeito-profissional fique bem com seu orçamento. Diante disso, o enunciador visa atuar diretamente sobre o coenunciador, interpelando-o a organizar sua vida financeira para que esse coenunciador fique bem com o seu orçamento. Para tanto, esse enunciador fala do lugar social do contador, do especialista em finanças, ou seja, de alguém que sabe como resolver o problema financeiro do coenunciador. Mais uma vez, encontramos indícios de um discurso autoritário da revista VOCÊ S/A. No segundo período, lemos: “Em um país onde as escolas e universidades não têm educação financeira entre as suas disciplinas, a VOCÊ S/A vem dando uma verdadeira aula de como se educar financeiramente”. Aqui, a revista mostra-se como aquela que cumpre um papel que vai além de suas funções, pois, supostamente, assume a função das escolas e das universidades. Ela assume, assim, a responsabilidade da educação financeira do sujeito-profissional. No enunciado “a VOCÊ S/A vem dando uma verdadeira aula de como se educar financeiramente”, identificamos um pré-construído de que existe uma educação financeira. A materialidade linguística do enunciado retoma/atualiza a ideia de que a educação financeira não é mais tarefa da família, do lar, como na antiguidade grega. A educação financeira, discursivizada na revista, é tema de interesse da política, da esfera pública. Nesse contexto, vemos materializado na revista um discurso segundo o qual a educação financeira é de interesse público, o que retoma, em alguma medida, aquilo que foi apresentado por Arendt (1958), quando afirma que “a partir da modernidade, a linha divisória entre o público e o privado passa a ser inteiramente difusa, o que há é uma gigantesca esfera social, responsável por administrar uma economia doméstica coletiva (privada) através da política e do mundo comum (vida pública)”. Ainda em relação ao excerto (09), vemos que a expressão referencial “uma verdadeira aula” apresenta o qualificador “verdadeira” que incide sobre o termo “aula”. Aqui, o enunciador mostra a possibilidade de haver aulas que não são verdadeiras. Sendo assim, o efeito que se tem é o de que a VOCÊ S/A detém o saber de poder ensinar sobre finanças, pois fala do lugar da verdade.

No excerto (10), na expressão “fique livre das dívidas”, também há um efeito de pré-construído segundo o qual existem dívidas e devemos nos livrar delas. Aqui, mais uma vez, o efeito de pré-construído é um indício do funcionamento de uma

memória discursiva, essa memória remete a um discurso segundo o qual a dívida é algo perigoso, danoso à vida do sujeito-profissional, por isso é preciso se livrar dela. Assim, os excertos (09) e (10) indicam uma prática discursiva sobre as finanças. A segunda parte do excerto (10), “16 soluções para organizar suas finanças e consumir sem culpa”, apresenta uma argumentação que tenta direcionar o coenunciador a agir conforme a orientação do enunciador. No enunciado, não há verbo injuntivo, mas a expressão “16 soluções” indica se tratar de ações/regras que mostram como se livrar das dívidas. Tais soluções são ensinadas pelo enunciador para esse sujeito disposto a se livrar das dívidas. A expressão “consumir sem culpa” retoma e reatualiza discursos acerca do “consumir”. Nesse caso, a materialidade linguística faz funcionar uma memória segundo a qual o consumo em excesso (consumismo) é prejudicial. Mas, essa mesma materialidade mostra ser possível encontrar um jeito de consumir com consciência, sem que haja danos financeiros e/ou psicológicos. Para isso, o enunciador VOCÊ S/A mostra o que e como fazer. Verificamos, mais uma vez, discursos segundo os quais o público (o enunciador Você S/A) se coloca em relação com o privado (as finanças do leitor/coenunciador).

No exemplo (11), a expressão “sete resoluções”, tal como ocorre no excerto (10), mostra que a revista dá “dicas”, as quais o coenunciador poderá usar para ter uma vida mais feliz e com mais dinheiro. Na oração relativa restritiva “que fizeram a diferença na vida de profissionais”, o enunciador VOCÊ S/A aponta para a possível existência de soluções que não fazem a diferença na vida de profissionais. Desta forma, o enunciador alerta o sujeito, aquele que se subjetiva nesse lugar, para não assumir qualquer resolução, pois nem toda resolução garante uma vida mais feliz, nem menos estressante e com mais dinheiro. Vemos que a expressão “sete resoluções” está articulada com “uma delas pode servir de inspiração para você”. Assim, o enunciador VOCÊ S/A, na última parte do período sob análise (“uma delas pode servir de inspiração para você”), afirma que, das resoluções apresentadas, uma delas pode ser útil ao coenunciador, o que reforça o discurso de que a revista pode “ajudar” o leitor/coenunciador a solucionar seus problemas financeiros.

Ainda em relação ao excerto (11), verificamos que a oração relativa “cujo desejo era ter uma vida mais feliz, menos estressante e com mais dinheiro” restringe o tipo de profissional que busca aplicar as “dicas” de VOCÊ S/A. De acordo com o que é apresentado, não se trata de todo e qualquer profissional, mas daqueles que desejam ter “uma vida mais feliz, menos estressante e com mais dinheiro”. Nesse caso, trata-se de

uma restritiva e não de uma explicativa, porque a própria revista materializa, em seu funcionamento, uma distinção entre diferentes tipos de profissionais. Tal distinção não é criada na/pela revista, com base nos diferentes lugares ideológicos que nela se materializam, mas circula também em outras esferas de saber. Para entender melhor o que ocorre nesse caso específico, reportamos, mais uma vez, aos trabalhos de Pêcheux (2012). Ao trabalhar a ambiguidade das orações relativas, o referido autor argumenta que tal ambiguidade, marcada na língua, é desfeita pela ideologia. Diante disso, ele afirma que “a existência de tais processos discursivos, tornados possíveis pela própria estrutura da língua, pertence de maneira constitutiva e co-extensiva ao campo da luta ideológica e política das classes” (PÊCHEUX, 2012, p.137). Voltando a análise da revista, verificamos que o enunciador VOCÊ S/A sustenta a possibilidade de existirem profissionais que não estão interessados em ter uma vida mais feliz, menos estressante e com mais dinheiro, e esses não recorrem às soluções apresentadas pela revista. Em vista disso, a revista marca uma distinção entre o sujeito-profissional VOCÊ S/A e aquele que não está interessado em “ter uma vida mais feliz, menos estressante e com mais dinheiro”. Deste modo, identificamos, nos enunciados analisados, que o enunciador VOCÊ S/A enuncia do lugar de quem detém o saber e pode guiar o sujeito-profissional a se realizar tanto pessoal (mais feliz, menos estressante) quanto profissionalmente (menos estressante e com mais dinheiro). Constatamos, aqui, mais uma vez, um discurso autoritário, o qual tem, como um de seus efeitos, o fato de supostamente não deixar espaço para a contradição.

As análises indicam que a revista VOCÊ S/A materializa discursos segundo os quais a vida pessoal e a vida profissional do sujeito-profissional, na contemporaneidade, misturam-se de tal forma que as dimensões das esferas pública e privada apresentam-se diluídas na esfera social. Ou seja, a vida privada e a intimidade do sujeito são temas da esfera pública do social. Daí, tudo que concerne a esse sujeito-profissional é tratado em público. Além disso, as análises mostraram também que existe uma tensão, por parte desse mesmo sujeito, em relação à tentativa de conciliar sua carreira e sua vida pessoal.

CONCLUSÃO

As análises mostraram que os enunciados retomam uma memória discursiva acerca da vida pessoal e profissional do sujeito e da exigência desse sujeito ser sempre produtivo e buscar qualificação no mercado de trabalho para poder manter sua sobrevivência. Desta forma, os resultados das análises apresentadas neste artigo indicam que a revista VOCÊ S/A materializa discursos vinculados à ideologia capitalista da

sociedade contemporânea. Encontramos, nos enunciados, efeitos de sentidos que indicam ao coenunciador, sujeito que está no lugar de leitor VOCÊ S/A, modos de se comportar para ter uma vida satisfatória, e formas de ser e de agir para se tornar um profissional altamente produtivo e, conseqüentemente, realizado e bem-sucedido. Verificamos também que o enunciador da referida revista apresenta-se como um sábio, um conselheiro, o qual enuncia do lugar de quem detém certo saber acerca do empreendedorismo, da liderança, das formas de gerir as finanças e também acerca da relação desses temas com a vida pessoal do seu coenunciador. Nessa perspectiva, a referida revista apresenta um discurso que nega a contradição, mesmo que não consiga evitá-la, já que a mesma é constitutiva de todo e qualquer discurso. É justamente por negar a contradição que o discurso materializado na/pela revista funciona, assim, como um discurso autoritário.

Vemos, nos recortes da revista sob análise, a construção da imagem de uma espécie de profissional-padrão da contemporaneidade. Essa padronização do profissional, cujo objetivo é torná-lo mais produtivo para o mercado capitalista, revela, de acordo com Arendt (1958), que o *animal laborans* foi admitido no domínio público. E dessa perspectiva, as análises também mostram que o triunfo do mundo moderno sobre a necessidade se deve à emancipação do trabalho, ou seja, o *animal laborans* ocupa agora o domínio público, pois, as atividades domésticas e de administração do lar foram admitidas no domínio público. Tais atividades, na antiguidade, tinham por objetivos garantir as necessidades da vida, a sobrevivência individual e a continuidade da espécie. Na sociedade contemporânea, esses objetivos são mantidos pelas sociedades de trabalhadores e empregados que ocupam o domínio público.

REFERÊNCIAS

ARENDRT, H. **A condição humana**. Tradução: Roberto Raposo, revisão: Adriano Correia. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014 [1958].

FONSECA-SILVA, M. da C. Mídias e Lugares de Memória Discursiva. In: FONSECA-SILVA, M. C.; POSSENTI, S. (Org.). **Mídias e Redes de Memória**. Vitória da Conquista: Edições Uesb, 2007.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. Tradução: Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. 4ª. ed. São Paulo: Cortez, 2005 [2004].

_____. Aforização – enunciados sem texto? Tradução de Ana Raquel Motta. In: _____. SOUZA-E-SILVA, M. C. P. de.; POSSENTI, S. (Org.). **Doze conceitos em Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010. p. 9-24.

_____. A enunciação aforizante. Tradução de Sírio Possenti. In: _____. **Frases sem texto**. Tradução: Sírio Possenti (et. al.). São Paulo: Parábola Editorial, 2014, p. 23-32.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos**. 11 ed. Campinas/SP: Pontes Editores, 2013 [1999].

PÊCHEUX, M. Análise Automática do Discurso (AAD69). In: GADET, F. HAK, T. (Org.) **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Tradução: Bethania S. Mariani et al. 3. Ed – Campinas, SP. Editora da Unicamp, 1997 [1969].

_____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Tradução: Eni P. Orlandi (et. al.). 3ª. ed. Campinas/SP: Editora da UNICAMP, 1997 [1975].

_____. Efeitos discursivos ligados ao funcionamento das relativas em francês. In: **Análise de discurso**. Textos selecionados. Tradução: Eni Orlandi. 3ª. ed. Campinas/SP – Pontes Editores, 2012, p. 131- 140.

_____. **O discurso: estrutura ou acontecimento?** Tradução: Eni P. Orlandi. 6ª ed. Campinas/SP – Pontes Editores, 2012 [1983a].

_____. Papel da memória. Tradução: José Horta Nunes. In: **Papel da memória**. Campinas/SP – Pontes Editores, 2010 [1983b], p. 49-57.

vida pessoal e vida profissional aspectos discursivos na revista você s/a

Como referenciar este artigo

SANTOS, S.; SILVA, E. G. Vida pessoal e vida profissional aspectos discursivos na revista você S/A. **revista Linguagem**, São Carlos, v.29, n.1, p. 265-280, jul./dez. 2018. ISSN: 1983-6988.

Submetido em: 30/01/2018.

Aprovado em: 23/10/2018.