
LINGUAGEM E SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA – SUJEITO, MÍDIA, MERCADO

M. Onice Payer*

Resumo

A teoria do discurso considera que os discursos, materializados em textos que circulam nas práticas sociais, desempenham um papel fundamental na constituição do sujeito e da sociedade. Nesta perspectiva, este artigo propõe compreender a *Mídia* como o Texto fundamental do Mercado: um grande e disperso texto pelo qual o sujeito é constituído na Sociedade Contemporânea, assim como o Texto Bíblico funcionou como base para a constituição do sujeito em face da Instituição Religiosa na Idade Média e o Texto Jurídico (Constituição, Leis) foi base para a constituição do sujeito junto ao funcionamento do Estado na Modernidade. São analisados assim, com algum detalhamento, os processos de constituição do sujeito na sociedade contemporânea.

Quando fui indicada para realizar esta aula inaugural,¹ na retomada das atividades do Mestrado nesse segundo semestre de 2004, considerei que seria interessante, como a primeira aula do curso, tornar este momento instigante e produtivo para os nossos trabalhos de reflexão no semestre, e, pensando em como conseguir isso, a idéia que foi ganhando consistência foi a de refletir sobre a importância de se estudar a relação entre Linguagem

* Univas.

¹ Aula Inaugural do Mestrado em Lingüística da Univas, Pouso Alegre (MG), em 3 de setembro de 2004. O texto, preparado para ser exposto oralmente, passou por reformulações para esta versão publicada, intencionalmente sem que se modificasse, contudo, o seu caráter de exposição oral em aula.

e Sociedade – que é a proposta deste Curso de Mestrado² –, focalizando certas especificidades do funcionamento da linguagem na sociedade contemporânea, tentando reunir elementos que indiquem como estudos como este podem trazer contribuições para diversas áreas profissionais no contexto atual. Entre nós aqui, isso concerne às práticas de linguagem relacionadas ao campo das Letras, da Comunicação (Jornalismo), da Psicologia, da Pedagogia, da Enfermagem, do Direito, da Música, entre os alunos que já estão cursando o Mestrado, e talvez ainda outras áreas entre os que estão ingressando agora – a quem também eu, em nome dos docentes, gostaria de dar as boas-vindas.

Ao focalizar a sociedade contemporânea, esta na qual nós todos aqui estamos inseridos, o interesse é o de fazer uma certa incursão pelo que aí se passa: de emblemático para o sujeito; de conflitante nas relações sociais; de entraves dos sentidos, seja nos esforços efetivos de comunicação entre os sujeitos, seja na *indiferença* aos sentidos do outro – que também é um modo de relação com eles – que perpassam as práticas de linguagem nas quais nos engajamos. Ao mesmo tempo, o tema que vou abordar pode indicar aos novos alunos a dimensão ampla do campo em que se inserem ao ingressar em um programa de estudos sobre a relação entre linguagem e sociedade, ainda que esta amplitude temática tenha de ser focalizada à luz de uma metodologia específica de análise.

Para tentar produzir estes efeitos aqui junto com vocês, vou refletir sobre certos elementos do funcionamento da linguagem que se vêm observando na atualidade, e que se apresentam como uma questão de fato para mim, chamando ao esforço de compreensão e elaboração.

Vou expor algumas questões sobre a linguagem no contemporâneo propondo já uma certa direção para a sua compreensão, com a finalidade de instigar a que se faça o mesmo com relação a outras questões. Certamente, há muitas delas que nos incomodam na atualidade, e que cabe a cada um de nós tentar identificar e prover de sentidos em alguma direção que valha a pena. É bem verdade que o contexto contemporâneo se

² O Programa “Linguagem e Sociedade” do Mestrado *Strictu Sensu* em Lingüística da Univas, em Pouso Alegre (MG), sob a coordenação da Profa. Dra. Eni P. Orlandi, direciona-se a diversas áreas disciplinares procurando atender à demanda de compreensão do funcionamento da linguagem nas práticas profissionais.

caracteriza também pela incerteza, e já não se sabe ao certo o que sejam “boas direções”. Mas eu não tenho dúvida de que constituem perspectivas interessantes aquelas que fazem sentido para nós, que possam ampliar as possibilidades de vigor, de expandir os recursos e o entendimento, tanto no nível pessoal, para cada um de nós, quanto nos níveis grupal, social e mesmo, mais amplamente, humano.

Não tenho dúvida também de que uma dessas direções instigantes é aquela que segue as vias da compreensão da linguagem, em sua íntima relação com os sujeitos e com a sociedade, como se aprende em Análise de Discurso. Relação tão estreita que compreender o modo como a linguagem funciona leva a compreender muito do que se passa com o sujeito e com a sociedade.

Nesse sentido, falarei sobre as questões – que já vou enunciar quais são – não a partir de um olhar exterior à linguagem, mas, como é a minha função mais própria aqui, tal como elas se *constituem em questões* a partir já do interior mesmo do campo de conhecimento da linguagem. Como não poderia deixar de ser, trago também no olhar certa preocupação com a compreensão dos devires históricos que se produzem a partir do que estamos vivenciando no contexto contemporâneo.

Vou então tentar circunscrever aqui três questões de linguagem com as quais nos deparamos, todos, no contexto contemporâneo.

1. *Quais são as formas de linguagem e de sujeito que vêm sendo requisitadas nas atuais condições de produção, que se apresentam fundamentalmente nas formas da globalização econômica?*
2. *Qual é o lugar da memória pessoal, cultural e social, em face da proliferação cotidiana de linguagens na mídia?*
3. *Quais são as complexidades ou os desafios que se apresentam nos processos educacionais nesse contexto, considerando a relação entre os saberes dos sujeitos aí implicados: a Instituição, os alunos, os professores?*

Vou trabalhar mais longamente com a primeira dessas questões sobre as formas de linguagem e de sujeito no contemporâneo, que é para mim um tema de trabalho mais

recente, e adiante vou articulá-la às outras duas, com as quais venho trabalhando há mais tempo: a questão da memória em face da proliferação de linguagens na mídia, e as suas implicações nas relações educativas.

Neste contexto, os sujeitos – nós, sujeitos – nos encontramos expostos à demanda de conhecimento e domínio de *múltiplas* linguagens, variadas e eficazes: domínio da linguagem virtual, das suas tecnologias, domínio de línguas, de linguagens técnicas, das formas da linguagem nos espaços públicos, domínio de uma enorme diversidade de situações discursivas, controle da memória nestas situações etc.

E notamos que esta demanda requer também que sejamos capazes de uma certa *performance* de linguagem, a fim de imprimir essa tal imagem de *domínio* destes elementos, de *impressionar* os interlocutores e de *convencê-los* através da produção de evidências de sentidos. Há toda uma retórica do convencimento que os indivíduos procuram cada vez mais seguir, como modelo, a fim de “passar a sua mensagem”. Desta performance faz parte um modo de enunciação *certo e firme*, sem indecisões, tropeços, sem reticências ou rupturas sintáticas. Em suma: um modo de *enunciação determinado*, que produza efeitos de certeza.³

Nos espaços da Educação, a palavra de ordem é a de nos valermos das “linguagens e códigos da globalização econômica”, de ensinar aos alunos o seu domínio. É interessante observar neste sentido o argumento de que o domínio dessas múltiplas linguagens constitui *condição* necessária para o sujeito “inserir-se no mercado”. Voltaremos a esta questão.

Esse tipo de competência comunicativa *multifacetada e encenada* constitui, portanto, requisito indispensável para as relações entre interlocutores de um novo mercado global, a partir da ampliação e do acirramento das relações competitivas, ou mesmo, como gostam de dizer os especialistas de mercado, *agressivas*. Uma qualificação que, ao meu ver, não é absolutamente casual.

Todos estes elementos se observam do lado das exigências atuais quanto à linguagem. Pois bem. E quanto ao sujeito?

³ Este tópico encontra-se mais detalhadamente desenvolvido no livro *Educação popular e linguagem*, (Campinas: Ed. da Unicamp, 1995), resultante de minha pesquisa de Mestrado.

Quanto ao sujeito, como se considera ao trabalhar com o discurso, ele se constitui simultaneamente à linguagem. Podemos mesmo inverter essa ordem dizendo que a linguagem constitui o sujeito.

Logo se poderá notar então que, paralelamente ao aparecimento de tal demanda de domínio de novas e múltiplas linguagens, vai-se configurando também a demanda social de *uma nova forma de sujeito, que é aquele que vai “dominar” estas múltiplas linguagens*. Isto é, um sujeito capaz de tudo dizer, de tudo compreender, de muitos modos, de controlar com sua vontade os efeitos de sentido do seu discurso, de um modo implacavelmente “eficaz”.

Ora, aqueles que já se introduziram nos estudos da linguagem sabem que esse controle externo é algo difícil de se exercer, uma vez que a linguagem constitui intrinsecamente o sujeito. Intrínseca, ela não pode estar em seu exterior como um instrumento que se poderia manipular exclusivamente a partir da própria vontade.⁴

Para analisar um pouco mais detidamente a forma de ser sujeito requisitada junto a tal domínio das múltiplas linguagens no contexto atual, vamos fazer uma digressão lembrando que os modos de ser sujeito ao longo da história social não se apresentam sempre idênticos. Já houve diferentes modos de subjetivação – modos como os indivíduos se tornam sujeitos – e estes sempre se ligam ao “exterior”, às formas da sociedade na história; eles se realizam e se transformam segundo contextos e formas de saber específicos, conforme indicam os trabalhos de C. Haroche,⁵ M. Pêcheux,⁶ M. Foucault,⁷ entre outros.

Haroche (1984) nos conta, por meio de suas análises, que na passagem da Idade Média para a Modernidade, em torno do século XVI, produziu-se socialmente uma transformação histórica do predomínio do Poder, que se transferiu da Religião para o Estado. Na Idade Média, a forma da estrutura social era toda ela organizada segundo a obediência às leis divinas, de tal modo que era em nome de Deus que se legitimava a

⁴ Conforme a conhecida crítica de M. Pêcheux (1969) ao conhecido esquema de comunicação exposto por R. Jakobson ainda na década de 1930 (*Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1969).

⁵ C. Haroche, *Fazer dizer, querer dizer*. Trad. E. P. Orlandi. São Paulo: Hueitec, 1984.

⁶ M. Pêcheux, *Semântica do discurso*. Trad. E. P. Orlandi e outros. Campinas: Ed. da Unicamp, 1988.

⁷ M. Foucault, *Arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

divisão social entre súditos, senhores e nobreza. Já na Modernidade, com a Revolução Francesa, transferiu-se o Poder de organização social ao Estado. Não mais as leis divinas, mas as leis jurídicas é que se tornaram base da obediência que torna possível a organização social na forma do Estado. Por estas leis jurídicas, os indivíduos deixam de ter o estatuto de escravos, de propriedade alheia (de objetos, portanto) para se tornarem cidadãos concebendo-se como sujeitos, senhores de si, livres para circular pela cidade e decidir sobre suas ações.

Pois bem. Fizemos essa digressão histórica para dizer agora que alguns fatos de linguagem indicam que na sociedade contemporânea vem-se esboçando uma nova transformação nas formas do Poder, acompanhadas por mutações na constituição da forma do sujeito.⁸

O poder do Mercado, como se sabe, vem se fortalecendo em face do Estado, de modo que, até bem recentemente, os Estados se constituíam em instâncias máximas de Poder, de decisões, com algumas poucas organizações internacionais supra-estatais – como a ONU. É interessante ressaltar a natureza estritamente jurídica destas organizações. Atualmente, no movimento da globalização econômica, vem ocorrendo uma certa diluição das fronteiras nacionais, e conseqüentemente um enfraquecimento do poder do Estado, através, por exemplo, da formação de novas entidades supra-estatais, que agora são de cunho estritamente comercial – a exemplo da ALCA e do Mercado Comum Europeu.

Mas o que estamos querendo ao trazer à cena estes elementos de ordem aparentemente externa à linguagem, vamos dizer de ordem econômica, social e política no sentido amplo, é circunscrever agora um fato mais propriamente discursivo: é que *a transformação no poder das instituições sociais se faz acompanhar de uma transferência de poder entre enunciados*. Ou seja, em cada tempo histórico há enunciados que *funcionam como fundamentais, enquanto máximas capazes de condensar o conteúdo que exerce a “interpelação ideológica dos indivíduos em sujeito”*, para retomar a conhecida expressão de Althusser. Conseqüentemente, com a

⁸ Baseio-me na leitura de T. Negri e M. Hardt sobre as transformações nas formas do Poder (*Império*. Rio de Janeiro: São Paulo: Record, 2001) e em S. Rolnik sobre as mutações da subjetividade no contemporâneo (*Cartografia sentimental. Transformações contemporâneas do desejo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1989).

alteração das instâncias do Poder, de um tempo histórico para outro, alteram-se também os enunciados fundamentais das práticas discursivas.

Essa transformação progressiva do poder dos enunciados pode ser observada atualmente na mudança que vem ocorrendo quanto ao valor que a sociedade atribuíra até muito recentemente à lei jurídica, enquanto enunciado fundamental do Estado, e que vem atribuindo atualmente aos enunciados do Mercado.

Vamos especificar essa transferência de poder aos diferentes enunciados ao longo das práticas sócio-históricas. Trabalhando com o discurso, compreende-se que este tem a regularidade de uma prática. D. Maingueneau (1984: 5)⁹ diz que nas práticas encontra-se “uma dispersão de textos cujo modo de inscrição histórica permite definir como um espaço de regularidades enunciativas”. As regularidades enunciativas manifestam-se através de textos. Neste sentido, como observa E. Orlandi (2001: 86-87),¹⁰ o texto é um objeto lingüístico-histórico: “o texto não é um conjunto de enunciados portadores de uma e até mesmo várias significações. É antes um processo que se desenvolve de múltiplas formas, em determinadas situações sociais.”

Além de se configurarem como uma dispersão de enunciados que se materializa em textos, como se disse acima, acrescentemos que *as práticas discursivas se sustentam em um ou mais textos específicos que lhes são também fundamentais, enquanto textos que guardam e fazem circular os seus enunciados-máxima*. Nesse sentido, o livro sagrado constitui-se como o Texto fundamental da prática discursiva religiosa, tal como predominou na Idade Média, assim como a Constituição (códigos de leis) figura como o Texto fundamental do Estado, na Modernidade.

Neste ponto, gostaria de introduzir uma observação que venho fazendo sobre o funcionamento da linguagem no contemporâneo. Tudo indica que *um novo Texto vem adquirindo o valor de Texto fundamental na sociedade contemporânea*: um texto cujo poder de interpelação sobre os indivíduos vem se equiparando àquele que o Texto sagrado ocupa na ordem religiosa, na Idade Média, e que o Texto da lei jurídica ocupa na ordem do Estado Moderno. *Este grande texto da atualidade, no meu modo de entender, consiste da Mídia, daquilo que está na mídia, em um sentido amplo, e*

⁹ D. Maingueneau. *Genèse du discours*. Bruxelas: Pierre Mardaga, 1984.

¹⁰ E. Orlandi. *Discurso e texto*. Campinas: Pontes, 2001.

em especial no marketing, na publicidade. O valor que a sociedade vem atribuindo à mídia – ou o poder de interpelação que a Mídia vem exercendo na sociedade – passa a assegurar-lhe o papel de *Texto fundamental de um novo grande Sujeito, o Mercado, agora em sua nova forma globalizada*.

A mídia pode ser assim considerada como o Texto fundamental do Mercado na medida em que se compreende texto como a *forma material* do discurso, como propõe E. Orlandi (2001), como o lugar material em que a relação entre língua e ideologia produz seus efeitos, uma vez que, conforme a autora, “a ordem do discurso se materializa na estruturação do texto” (2001: 89), e ele é “o lugar da relação com a representação física da linguagem, onde ela é som, letra, espaço, dimensão direcionada, tamanho – material bruto –, mas é sobretudo espaço significante” (idem).

Nesta perspectiva, é de se observar também como o Texto da Mídia, em suas novas formas proporcionadas pelo desenvolvimento da tecnologia, e sobretudo da imagem, opera efeitos com especial força pragmática sobre os indivíduos. A introdução da imagem em grande escala tem assim estatuto semelhante ao da introdução da imprensa na difusão do livro. São específicas as formas de interpelação da imagem na produção de sentidos. Estamos dizendo que se todo discurso tem a propriedade de produzir evidências de real, esta capacidade é diversamente potencializada no discurso produzido na base da imagem.

Além disso, a mídia se acena no cenário contemporâneo como forma textual *onipresente*, tanto no espaço público quanto no privado. Onde produz com a veemência apontada acima efeitos de evidência dos sentidos, e portanto efeitos de evidência do real.

Para considerar o lugar que a mídia vem ocupando na sociedade contemporânea, é interessante pensarmos, a partir dessa sua compreensão como Texto onipresente do Mercado, em sua introdução para estudo/compreensão/produção nas salas de aula,¹¹ onde antes outros textos serviam de base para a compreensão da linguagem e para a formação dos sujeitos.

¹¹ C. Pfeiffer (2003) observa criticamente, neste sentido, que a mídia vem sendo utilizada como “suprimento de instrumentos pedagógicos, muitas vezes substituindo absolutamente o material didático, na sala de aula”. Cf. “Educação a Distância, Mídia e Reciclagem”. In: E. Guimarães (org.), *Produção e circulação do conhecimento. Política, ciência, divulgação*. Campinas: Ed. Pontes, 2003.

Pelo que se vem observando, a força de interpelação da Mídia, da qual sempre se fala, não se dá simplesmente pelo desenvolvimento de “novas tecnologias de linguagem”, como se diz, que viriam possibilitar múltiplas formas para os textos, sobretudo com a introdução da imagem em grande escala. A questão me parece mais contundente ainda, uma vez que o poder de interpelação que este novo Texto vem adquirindo não se exerce apenas pela inovação de seu aparato formal (empírico), mas sobretudo por seu estatuto enquanto Texto de uma nova prática discursiva que vem se instalando, sob a égide do Mercado.

Como vocês podem notar, então, aqui se está diante de um flagrante da estreita relação entre a produção dos enunciados e a configuração da sociedade e de seus sujeitos.

Para tornar mais clara esta relação, vamos prosseguir um pouco mais em nossa reflexão, vendo que é possível estabelecer um paralelo entre os enunciados que funcionam como *máximas* nas diversas Instituições, enquanto enunciados que têm o poder de “interpelar os indivíduos em sujeitos”, levando-os a se conduzirem conforme as premissas destas máximas, do modo como segue.

Na ordem religiosa, o enunciado que funciona como máxima é o da *obediência à lei divina*. A recompensa prometida ao sujeito por essa obediência é a salvação da alma, e o castigo para seu descumprimento seria a sua perda. Fala-se mesmo em “perdição” da alma, elemento que, na concepção religiosa, é a parte essencial do sujeito. A consequência da desobediência a essa lei consiste, assim, na perda do próprio sujeito – na *perda de si*. A outra parte, o corpo, pensado como externo à alma, é considerado nessa concepção como fonte causadora da desobediência, sendo por isso relegado a um outro plano.

Já na ordem do Estado, o enunciado que funciona como máxima é o da *obediência à lei jurídica* (obediência civil). A recompensa prometida é a *liberdade de expressão*, no plano da linguagem – muito embora se saiba que os discursos também são regulados por direitos e deveres, e que sobre o sujeito que diz recaem responsabilidades sobre o que diz. Nesta ordem jurídica há uma importante mudança no modo como o Poder considera o corpo, uma vez que este passa a ter importante papel como condição da *livre circulação* – que é por sua vez a recompensa prometida para a obediência civil: o

direito de ir e vir. A punição para o descumprimento da lei jurídica é a *prisão*, punição que interdita diretamente não outro elemento qualquer, mas justamente o corpo, base da possibilidade da livre circulação do indivíduo nesse novo esquema jurídico-econômico.

E na ordem do Mercado, qual seria o enunciado que vem funcionando com esse poder de *interpelar ideologicamente o indivíduo em sujeito* (Althusser); de *imprimir a evidência do sentido* (Pêcheux); de *fazer crer* nos enunciados até o ponto do indivíduo se conduzir segundo essa *crença* (Maingueneau)?

Pelo que se vem observando, o *enunciado todo-poderoso do Mercado*, que funciona como lugar máximo de interpelação, pode ser resumido em uma palavra: “*sucesso*.”

O enunciado do sucesso se imprime através de inúmeros textos, e circula de muitos modos, mas sobretudo através da Mídia. Pode-se notar que há um certo “discurso do sucesso” funcionando atualmente em grande escala. São incontáveis os títulos que pretendem ensinar ao sujeito-leitor como “ter sucesso”: sucesso nas empresas (lucro), sucesso profissional (aqui joga também o chamado *marketing pessoal*), sucesso na imagem pública, como imagem de mídia. Esta seria, pois, a promessa a ser obtida ao preço da obediência a novas leis, que têm seu nome também já reconhecido: são as “leis de mercado”.

Mas há mais a observar nesse sentido. Há um paralelo entre estas instituições quanto ao *lugar de circulação* dos enunciados que funcionam como suas máximas. Nas práticas discursivas há lugares que são construídos especialmente para este fim de propagação do enunciado, e que se tornam seus verdadeiros ícones. São eles: *o templo*, como lugar do enunciado *religioso*, *o tribunal*, como lugar do enunciado *jurídico*. Em um encadeamento linear de imagens arquitetônicas, poderíamos pensar no *shopping* como lugar dos enunciados do Mercado. Com um pouco mais de atenção nota-se entretanto uma diferença que escapa a essa linearidade. O *shopping* se constitui antes como lugar-ícone de *realização ou de ação* do Mercado, para onde converge a circulação dos enunciados. O lugar por excelência de circulação dos enunciados do Mercado, o seu grande Texto, que não tem um lugar único, mas que está disperso e onipresente, seria a mídia.

É interessante observar ainda uma complexidade no desnivelamento entre estes lugares. Enquanto os dois primeiros, o templo e o tribunal, se constituem de arquiteturas físicas,

este último, a mídia, se constitui como um lugar não-material – pelo menos no sentido da sua arquitetura. Trata-se de um texto por natureza disperso, isto é, empiricamente disperso, já que ora ele se propaga por lugares materiais da cidade – faixas, placas, *outdoors* –, ora o seu lugar é ainda mais fugaz: virtual, imagético, sonoro. Vale insistir nesse sentido que a televisão, assim como o computador, ocupa também o espaço privado.

Estas especificidades formais do texto da Mídia têm certamente suas implicações em termos de eficácia na interpelação do sujeito. À amplitude da dimensão do Mercado Mundial vem correspondendo a dimensão formal de seu Texto, que se enuncia através de vozes amplificadas em potências cavалares, através de *medias* de todo tipo. Seus termos já não se apresentam mais apenas de modo *super e extra, hiper e ultra*, pois de inflacionados perderam lugar para os *mega, giga e hexa*.

As imagens do Texto fundamental do Mercado são produzidas em dimensões gigantescas, a exemplo de *outdoors* que ocupam as paredes inteiras dos prédios, constituindo-se em verdadeiros *espetáculos textuais*. São dignos de nota nesse sentido os efeitos que as imagens de indivíduos gigantescos nesses *outdoors* operam na retina humana, que jamais na história havia se projetado em tão grandes imagens. Assim como também são dignos de nota os efeitos de sentido que essas imagens operam, inevitavelmente, nas subjetividades, que jamais haviam se projetado tão “grandes”.

A grandeza da dimensão física dessa linguagem (letras, imagens) parece funcionar como metáfora da dimensão do poder que o Mercado se atribui – e que lhe atribuímos – bem como da dimensão da imagem de grandeza e sucesso projetada sobre os sujeitos. Poderíamos dizer, para lembrar o paralelo mencionado antes, que a pena para o descumprimento das novas leis seria, nesta direção, o anonimato.

Esta dimensão de encenação da mídia constitui um dos modos pelos quais o Mercado cria seu efeito de “saturação dos sentidos”, conforme a expressão de M. Pêcheux (1988), parecendo não deixar espaços além de si para nada, para nenhum outro discurso, para nenhuma outra forma de sujeito, para nenhum corpo que não lhe sirva como suporte. A julgar pela Mídia, tudo se passa como se não houvesse exterior ao Mercado. Este real se *apresenta* portanto como imperioso, já dizia Pêcheux (1992). E vem se realizando,

de fato, na forma de novo Império, como o entendem M. Hardt e T. Negri.¹² Gigantesco império em rede, envolvendo a todos os continentes.

Retomando a questão da relação entre o enunciado do sucesso e a forma-sujeito que nele se configura, diríamos que este enunciado aparece como a *forma material* (cf. E. Orlandi, 2000), onde melhor se condensa e mais facilmente se visualiza o modo de subjetivação que hoje se esboça, requisitado pelas instituições no jogo de poder. Nesse jogo, esta entidade que vimos chamando Mercado vem funcionando como o novo grande Sujeito a nos “interpelando ideologicamente”, a exemplo da Religião e do Estado.

Ora, pode-se observar facilmente que o sujeito pego na injunção ao sucesso é aquele em que mais firmemente funciona a “ilusão de completude”, de que fala E. Orlandi (2001), ou a ilusão de que um dia se vai “chegar lá”, nas palavras de S. Rolnik (1989). Esta ilusão vai configurando uma forma-sujeito voraz, que tudo quer fazer, tudo quer saber, tudo quer ter, tudo quer ver, tudo quer... tudo quer..., na crença ilusória de que um dia vai atingir a plenitude suposta no sucesso. Nota-se portanto nesse jogo em pleno funcionamento o ideal de sujeito *determinado*.

Gostaria a essa altura de fazer um discernimento entre efeitos de sentido que se produzem a partir desse discurso do sucesso tal como ele se encontra na mídia (*faça sucesso você também, você pode alcançar o sucesso, tenha sucesso profissional, você pode chegar lá*), e o que se produz em um outro enunciado, análogo, porém distinto ao meu ver: o da meta de ser *bem-sucedido*, no sentido comum de funcionar bem, ter êxito, estar em acordo com certas condições de existência que possibilitem sobreviver, com algum bem-estar se possível. Eu diria mesmo que no outro extremo desse tipo de sucesso estaria o lugar da *criação* propriamente dita. Interpelado entre estes extremos, de sucesso ou de criação genuína, encontra-se o sujeito bem-sucedido. São efeitos muitos distintos em termos de imaginário e de interpelação ideológica.

Quando se trabalha com a linguagem, numa perspectiva como a da Análise de Discurso, aprende-se que tudo não se pode dizer, tudo não se pode saber, tudo não se pode querer. A não ser, vamos acrescentar aqui, ao preço de um esgotamento do simbólico, no ponto em que os sentidos param de funcionar, no estrangulamento das direções e da memória discursivas. Pois se o sujeito se espelha na mídia visualizando

¹² M. Hardt, & T. Negri, . *op. cit.*

outras imagens em si, que passa a perseguir como ideais, este reflexo não deixa de atingir o funcionamento simbólico mais geral no sujeito. Uma das conseqüências visíveis da obediência cega às leis do mercado é o esgotamento, também, do corpo empírico do sujeito, que se *consome* em embates simbólicos travados em nome seja apenas de sobreviver nesse contexto, seja do “sucesso” propriamente dito. Mesmo se é possível acompanhar em tempo real o ritmo do virtual *no plano dos sentidos, do simbólico*, no plano corporal, entretanto, *não há, por princípio, como o corpo acompanhar o ritmo do virtual*. Os profissionais da Saúde, da Psiquiatria à Nutrição, passando pela Farmacologia, podem dizer melhor sobre as estatísticas dos que sucumbem sob o ritmo vertiginoso do Mercado em sua nova forma. Se estamos diante de nova prática discursiva, sob a égide do Mercado em nova forma; se estamos em outro real sócio-histórico, será preciso levar a sério as palavras de Pêcheux (1982)¹³ de que *esse real é também impiedoso*.

Contudo, diante dessa constatação, vemos ainda importância em considerar esse novo real em sua dimensão de discurso propriamente dizendo. Porque esta dimensão permite pensar este império-Mercado como tendo, sim, um exterior. Onde se encontram outras práticas de linguagem, outras formações discursivas, outros sentidos. Pensando assim, pode-se vislumbrar, e de fato encontrar e produzir espaços, textos e sujeitos que não se esgotem subsumidos ao funcionamento do Império. Ou seja, na medida em que pensamos esse real sócio-histórico a partir da noção de discurso, podemos considerar que estes objetos e formas de discurso (as linguagens múltiplas, o sujeito polivalente, o enunciado do sucesso, a encenação da mídia em sua dimensão gigantesca) apenas passam a ter existência no meio social porque apoiados em uma *formação discursiva* que os produz, que os sustenta e propaga. Nesta direção, os requisitos da linguagem múltipla e do sujeito polivalente podem ser considerados como elementos produzidos a partir do interior dessa *formação discursiva*, e que, apoiados nela, não existem independentemente dos *discursos* que os sustentam. Compreender esta prática pelas vias do discurso leva, portanto, a se perceber que há uma prática e uma concepção de

¹³ M. Pêcheux (1982), *O Discurso: estrutura ou acontecimento?* Trad. E. P. Orlandi. Campinas: Pontes, 1990.

linguagem específica perpassando as exigências de competência comunicativa múltipla e de sujeitos polivalentes.

Quanto à Educação, gostaria de lembrar a análise de M. V. Silva (2000)¹⁴ sobre os parâmetros curriculares nacionais vigentes quanto ao ensino de língua e suas bases teóricas. Um dos aspectos que a autora aborda é justamente o tipo de competência comunicativa ali proposto, como se o sujeito pudesse controlar de fora a linguagem, como um “instrumento”. A autora observa que os parâmetros curriculares embarcam em uma concepção de linguagem como algo transparente e com sentidos universais, concepção que, como dizia ironicamente M. Pêcheux (1988), leva *diretamente ao conhecimento racional universal, situado em toda parte e em lugar nenhum*. Como se a linguagem não passasse pela mediação da história e da cultura.

Podemos assim pensar então que os requisitos de linguagem solicitados ao aluno, aos trabalhadores, a nós cidadãos dessa aldeia global, são eles também elementos que ganham forma através de um certo discurso, nesta formação discursiva que se esboça no mercado globalizado. Podemos pensar que este discurso não esgota o real das práticas de linguagem existentes. Os sujeitos podem se exercer de fato, na linguagem – em suas experiências “concretas” – de modos diferentes deste. Pois, como se aprende em Análise de Discurso, as práticas discursivas, os sujeitos e sua linguagem, têm suas formas engendradas segundo as condições de produção, que não são iguais em todos os tempos e espaços, seguramente.

Faz parte da ideologia predominante do mercado globalizado justamente o *ideal de uma super-comunicação, transparente, universal, polivalente e onipresente*. Justamente deste modo em que a mídia se produz em sua linguagem. Já o sujeito da linguagem real, do real do discurso, envolvido em uma língua e em sua história, em diferentes práticas discursivas, pode ser sim, às vezes, determinado e firme, polivalente e com múltiplos domínios, mas também se apresentam em sua linguagem rupturas, incertezas, ambigüidades e indeterminações, ligadas tanto à língua como à história. Elas fazem parte da linguagem.

¹⁴ M. V. Silva, “Língua e cidadania na escola: política e teorias lingüísticas.” Texto apresentado na IX Conferência Internacional de História das Ciências da Linguagem – IX ICHOLS. São Paulo e Campinas, Brasil, 27 a 30/08/2002.

A questão para a qual estou chamando a atenção no campo da educação é pois a de observar se e como estamos embarcando nas evidências criadas pelos enunciados mercadológicos, ao invés de nos relacionarmos criticamente com elas, oferecendo-lhes alguma resistência criativa, algum distanciamento, discernindo, propondo, na condução e renovação das nossas práticas cotidianas.¹⁵ Esse posicionamento pode ser obtido se compreendemos que a demanda de um sujeito polivalente com controle das linguagens múltiplas é datada, e vem de um certo interesse também localizado, no interior de uma prática sócio-histórica.

Todos aqui sabemos que às vezes fica difícil nos esquivarmos dos efeitos dos enunciados do Mercado, uma vez que a própria sobrevivência parece não poder se dar desvinculada dele, tal é a sua dinâmica. Eu diria que é desejável, e possível, ao menos nos protegermos dos seus efeitos quando são maléficis porque paralisantes para o processo de criação de sentidos. Podemos permanecer, ou vir a ser, potentes e *criativos* nas nossas práticas, e não meramente *produtivos*,¹⁶ como quer justamente o Mercado.

Para concluir, vou abordar brevemente a questão que coloquei inicialmente sobre a memória discursiva diante da avalanche de linguagens que proliferam na mídia. A questão que me parece importante considerar diz respeito ao lugar que a memória discursiva (cultural) dos sujeitos, dos grupos e das sociedades humanas encontram neste contexto, diante dos enunciados do Mercado. E vou dizer diretamente que se me preocupo com esta questão é porque considero que este lugar não existe no contexto atual. Em trabalhos anteriores¹⁷ tenho procurado sustentar que é importante, neste contexto em que nos inserimos, considerar os significados que têm genuinamente valor, pela memória discursiva, para os sujeitos, para os grupos humanos com quem se trabalha.

Levar em conta a memória não significa, entretanto, nos atermos aos sentidos do passado. Implica, pelo avesso disso, criar condições para se instaurarem, ou não se impedirem, deslocamentos de sentidos nos discursos já cristalizados, deslocamentos que se dão a partir do que faz sentido para os sujeitos implicados, de acordo com as suas

¹⁵Desenvolvo essa questão relativamente à área da educação em Payer, 1995.

¹⁶ Ver a distinção entre *criatividade* e *produtividade* formulada por E. Orlandi em *Vozes e contrastes*, São Paulo, Cortez, 1989.

¹⁷ M. O. Payer, "Memória da língua. Imigração e nacionalidade", Tese de Doutorado. IEL, Unicamp, 1999, entre outros.

condições de produção. Considerar a memória é assim considerar o lugar do outro. Isto implica, em Educação, reconhecer que os enunciados ensinados serão transformados ao longo do processo de sua apropriação por este outro, a partir de sua memória discursiva.

Penso que nas diferentes culturas e saberes há sentidos que importa considerar, valorizar, manter. Nem tudo o que é novo é garantia de qualidade, assim como nem tudo o que é antigo prescinde de valor. Cabe a cada um de nós identificar e valorizar estes sentidos.

Vou ilustrar o que estou dizendo com uma situação específica. Em uma pesquisa¹⁸ sobre educação agrotécnica de jovens em comunidades agrícolas formadas por imigrantes, no contexto contemporâneo, podem-se investigar e valorizar certos sentidos que esses jovens atribuem ao trabalho com a terra e com a natureza e seus bens, a partir de sua própria memória histórica como filhos de imigrantes. Parece-me que o conteúdo deste saber poderia vir compor com – e diferir consideravelmente dos – sentidos de trabalho do mercado globalizado, oferecendo um contraponto interessante para a criação de novas formas de trabalho e de vida. Perde-se esta oportunidade se, ao invés disso, se ouvem apenas os professores e eventualmente as empresas, procurando apreender deles quais “são”, por definição, universalmente, os sentidos do trabalho. Por outro lado, é preciso esclarecer que esse tipo de trabalho com a memória não levaria também ao restabelecimento (resgate) dos sentidos e do mundo tais como existiram no passado, mas possibilitam uma mescla do antigo com o atual, em que algo significativo possa vir a se compor em um tal contexto, sem o esgotamento do simbólico antes mencionado. A memória cultural e social sustenta os sentidos nos grupos, vitalizando-os e podendo levar a processos de criação interessantes.

M. Pêcheux, como P. Achard, (1984),¹⁹ considera que o papel da memória é de *regularização de materialidade discursiva complexa*. Nessa direção, no contexto contemporâneo, em face da proliferação das linguagens do Mercado global, a memória se constitui no meu modo de entender como um centro a partir do qual é possível se produzirem movimentos de criação e renovação do sujeito, sem que estes se percam

¹⁸ Estou dialogando com a pesquisa de B. A. Aymay (2004), “A (Re)significação do trabalho e a educação. O(s) sentido(s) do trabalho no discurso pedagógico e suas implicações na formação do técnico em agropecuária de segundo grau”. Mestrado em Ciências da Linguagem, Unisul – SC, de cuja defesa de tese participei.

¹⁹ P. Achard e outros, *O papel da memória*. Trad. J. H. Nunes. Campinas, Ed. da Unicamp, 1999.

numa multiplicidade sem eira nem beira, tampouco se esgotem na perseguição (idealista) de sentidos que lhe são alheios.

A preocupação central, portanto, é que os enunciados do mercado globalizado a proliferar na mídia não preencham todos os espaços nem saturam os sujeitos com sentidos muitas vezes absolutamente estranhos a uma dada realidade.

Résumé

La théorie du discours considère que les discours, matérialisés en des textes qui circulent dans les pratiques sociaux, jouent un rôle fondamental dans la constitution du sujet et de la société. Dans cette perspective, cette article propose comprendre la *Media* comme le Texte fondamental du Marché: un grand et disperse texte par lequel le sujet est constitué dans la Société Contemporaine, tel quel le Texte Biblique a fonctioné à la constitution du sujet en face de l'Institution Religieuse à Moyen-Âge et le Texte Juridique (Constitution, Loi) a fonctioné pour la constitution du sujet en face d'État à la Modernité.