

O DISCURSO DO “BOM SUJEITO” NAS RELAÇÕES DE TRABALHO

Maria Virginia Borges AMARAL (Universidade Federal de Alagoas – UFAL)

mvba@fapeal.br

virginia.borges@pq.cnpq.br

Para iniciar esta discussão, cita-se Dante (apud Hannah Arendt, 1995, p.188): “em toda ação a intenção principal do agente, quer ele aja por necessidade natural ou vontade própria, é revelar sua própria imagem. [...] Assim, ninguém age sem que (agindo) manifeste o seu eu latente”. Embora nessa passagem do pensamento de Dante “ação” aponte para o sentido de atividade, de atos do sujeito, o interesse deste estudo é mostrar que a ação/prática na sociedade capitalista articulada e orientada pelo discurso mercadológico dos tempos atuais modifica o curso da realização do homem no seu processo de sociabilidade, põe em risco a condição humana, no sentido ontológico, conforme Hannah Arendt.

Toma-se aqui a prática discursiva, na qual o sujeito “é, constitutivamente, *colocado como* autor responsável por seus atos (por sua ‘conduta’ e ‘palavras’), em cada prática que se inscreve” (grifo do autor) (PECHEUX, 1997, p. 215). Pensa-se sobre as condições de produção de um discurso que constrói a “forma-sujeito consentida” nas relações de trabalho; um discurso que sobrepõe o “que é” ao “quem é”; o discurso do “bom sujeito” que “sofre cegamente”(idem) as determinações do mercado.

Não se está aqui fazendo um contraponto entre o “bom” e o “mau sujeito”, como Pêcheux (idem) o faz, mas analisando-se o processo de revelação do “bom sujeito”, aquele que se apresenta como “alguém” que “livremente” consente as exigências do mercado. “O que” e “o quem” estão em conflito no mesmo sujeito, expressando-se a “forma-sujeito consentida” que ocupa uma posição de sujeito atuante, bem-sucedido no campo do trabalho. É assim que, no completo silêncio, distanciando-se das suas qualidades ou dos seus defeitos, o sujeito oculta “quem é”. O “quem” deste “bom sujeito” permanece invisível, solitário diante das exigências do mercado. Embora se diga que o “quem”, o “eu latente”, se revela na ação e nas palavras, é sabido que o “bom sujeito” corre riscos. Mesmo

praticando as boas ações, precisa ocultar sua individualidade, manter o eu no completo anonimato.

Trata-se, pois, da “prática de sujeito” no discurso mercadológico, onde um manifesta “o que é” ante os outros¹. Assim como permite que o sujeito revele “o que é”, esse mesmo discurso impede, tolhe, distorce, desloca, desvirtua, redireciona o prazer, o desejo, a necessidade, a realização do “quem é”, destituindo o “eu latente”. Como Pêcheux (idem), vê-se que esta “tomada de posição” do sujeito realiza seu assujeitamento sob a forma de ‘livremente consentido’”, produzindo efeito de plena liberdade. Nas relações que se estabelecem no campo do trabalho observa-se que esse é um “efeito paradoxal”(idem) produzido pelo discurso mercadológico e induzido pelas práticas dos sujeitos da “forma-sujeito consentida”. As duas modalidades da forma-sujeito numa relação de desdobramento entre sujeitos da prática discursiva são indicadas por Pêcheux: o sujeito da enunciação e o sujeito universal. A primeira, conforme se analisa neste estudo, corresponde à prática do sujeito locutor, e a segunda, à prática do sujeito enunciador, cognato do sujeito ideológico, o que fala através do sujeito da enunciação.

O sujeito universal, que orienta o discurso no campo do trabalho, é o capital, o que dá voz ao sujeito do discurso mercadológico. Nesta prática discursiva do trabalho, o “bom sujeito” é interpelado pelo interdiscurso do engajamento, do empreendedorismo, da competência, da responsabilidade, do sucesso, que determina a Formação Discursiva Mercadológica. O “bom sujeito” faz parte de uma equipe, participa de grupo, executa trabalho voluntário, possui vários títulos e, por tudo isso, expõe um bom currículo. Paradoxalmente, com tudo isso, o bom sujeito é interpelado pelo culto à solidão, um discurso propagador de uma ingênua confiança, de que o indivíduo pode se desenvolver por si mesmo, ainda que lhe custe silenciar quem é. Iludido pelo discurso de que a sua liberdade é individual, o “bom sujeito” consente os interesses do sujeito universal. Enaltecido pelas suas qualidades laborativas, distancia-se da liberdade de ser “quem” pensa, sente, sofre, deseja, tem prazer. Impedido de revelar o seu “eu latente”, revela a imagem que o mercado espera que seja. Tudo isso parece ser uma estratégia de manipulação de grupos (mais complexa que de indivíduos) da sociedade moderna contemporânea, o que resultaria no processo de *desidentificação* (PECHEUX, 1997, p. 217) do velho sujeito, estimulando-se o

¹ Aqui se pode observar o processo de produção de efeito imaginário conforme analisa Pêcheux (1983).

surgimento de um “novo tipo de sujeito” na *forma-sujeito consentida*. Prefere-se o termo *desidentificação* ao *dessubjetivação* por compreender-se que não se trata da perda da subjetividade, mas da mudança de identidade como a forma pela qual o sujeito se apresenta, muitas vezes não se revela, mas não perde a subjetividade. Essa é dimensão ineliminável do homem.

Referências bibliográficas

AMARAL, M. Virgínia Borges. Análise do Discurso: língua, história e ideologia. In: **Leitura**, revista do Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, n. 23 (jan./jun. 1999). Maceió: Edufal, 2002.

_____. **Discurso e Relações de Trabalho**, Maceió: Edufal, 2005.

_____. **O avesso do discurso: análise de práticas discursivas no campo do trabalho**. Maceió: Edufal, 2007.

HANNAH, Arendt. **A Condição Humana**, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso. Uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas, editora da Unicamp, 1988.

_____. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas, SP: Pontes, 1990.

_____. FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: F. Gadet & T. Hak (orgs.). **Por uma análise automática do discurso uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1993.

KONDER, Lendro, **Os sofrimentos do homem burguês**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.