



ANÁLISE DO DISCURSO: SÉRIE “CHEFE SECRETO”

DIAS, Andréia Neves¹

RISSATO, Helouise Bevilaqua²

NATH-BRAGA, Margarete Aparecida³

RESUMO: O presente artigo apresenta um estudo sob a ótica da Análise do Discurso de linha francesa de dois episódios da Série o Chefe Secreto do semanário Fantástico, produzido e transmitido pela rede Globo de televisão. Este trabalho tem como objetivo perceber a ideologia e o discurso presente na série, observando as estratégias utilizadas para convencer o telespectador. Nessa análise discursiva, unindo texto, contexto e ideologia, verifica-se a ideologia, que está por trás do discurso apresentado nesses episódios. Considera-se para essa análise as formações discursivas e ideológicas presentes no quadro. Para isso, amparamo-nos nas teorias da Análise do Discurso proposta por Michel Foucault e Michel Pêcheux e interpretadas por Orlandi e uma reflexão quanto aos pressupostos teóricos, adotados para essa análise. A análise que ora propomos não se esgota com a finalização desse trabalho, faz-se importante ressaltar que o trabalho sempre está aberto a tantas leituras quantas forem os leitores e que essa é apenas uma possibilidade de leitura e que existem muitas outras a serem desvendadas, conforme for o objetivo do pesquisador.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do discurso; Contexto, Sujeito, Ideologia.

INTRODUÇÃO

Esse trabalho se propõe a estudar o tratamento dado ao conteúdo da série Chefe Secreto do semanário Fantástico, produzido e transmitido pela rede Globo de televisão. A análise ora proposta será feita considerando-se os pressupostos teóricos da Análise do Discurso de linha francesa.

É importante esclarecer que serão analisados, os dois primeiros episódios. Vale salientar que, para analisar o funcionamento discursivo dessa série, procura-se observar

¹ Acadêmica do curso de Letras da Faculdade Assis Gurgacz.

² Acadêmica do curso de Letras da Faculdade Assis Gurgacz.

³ Professora Mestre e Doutora Orientadora do curso de Letras da Faculdade Assis Gurgacz.



a relação patrão e funcionário alicerçados em um sistema capitalista, o discurso ausente que significa com base nos conceitos de ideologia, sujeito, discurso, interdiscurso.

A opção de análise, com base nos pressupostos teóricos da Análise do discurso francesa, justifica-se nos estabelecer relações entre a análise do discurso e o discurso produzido na série *Chefe Secreto*. Ao analisarmos este discurso, estaremos também diante da questão de como o discurso se relaciona com a situação que o produziu. Desta forma, a análise compreende a relação entre língua e sociedade, que é apreendida pela ideologia predominante e pelo contexto histórico, bem como investigar a aparente objetividade da série, observando suas estratégias de convencimento de uma relação, aparentemente, igualitária.

Um dos aspectos que será abordado nesse estudo, diz respeito à ideologia. Orlandi (2001) esclarece que a AD, observa a relação entre a língua e a ideologia (crenças, valores, estabelecidos em uma determinada sociedade). Diante disso, pode-se afirmar que a linguagem não é transparente e, não sendo transparente, a leitura é feita a partir da visão de mundo de cada interlocutor.

Para tanto, deve-se considerar as condições de produção, pois estas influenciam no sujeito, envolvendo o sujeito e a situação, ou seja, o contexto imediato que inclui o fator sócio histórico e o fator ideológico. Sendo assim, considera-se a Análise do Discurso como uma teoria da interpretação na qual, por meio de indícios na materialidade linguística, torna-se possível interpretar os sentidos mobilizados pelo sujeito e compreender o funcionamento ou o mecanismo de produção destes sentidos.

Analisar o discurso marcado nesses episódios nos leva a observar como ocorre a produção de sentido nos enunciados, de acordo com as atividades sociais apresentadas, ou seja, as pistas que o discurso, explícito no texto, nos fornece. Sendo assim, o presente artigo propõe analisar como essa série veicula ideologias. Considera-se para essa análise as formações discursivas e ideológicas presentes no quadro. Para isso, amparamo-nos nas teorias da Análise do Discurso proposta por Michel Foucault e Michel



Pêcheux e interpretadas por Orlandi uma reflexão quanto aos pressupostos teóricos, adotados para essa análise.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A análise do discurso visa compreender a produção social de sentidos, realizada por sujeitos históricos, por meio da materialidade da linguagem. A problemática da discursividade surgida com as contribuições da Análise do Discurso propõe o entendimento de um plano discursivo que articula linguagem e sociedade, entremeadas pela contextualização – histórico e ideológico.

O discurso é um dos aspectos fundamentais da ideologia, por isso, só terá sentido para um determinado sujeito quando este o reconhecer como pertencente a uma determinada formação discursiva.

Para Fiorin (1990, p. 177):

O discurso deve ser visto como objeto lingüístico e como objeto histórico. Nem se pode descartar a pesquisa sobre os mecanismos responsáveis pela produção do sentido e pela estruturação do discurso nem sobre os elementos pulsionais e sociais que o atravessam. Esses dois pontos de vista não são excludentes nem metodologicamente heterogêneos. A pesquisa hoje precisa aprofundar o conhecimento dos mecanismos sintáticos e semânticos geradores de sentido; de outro, necessita compreender o discurso como objeto cultural, produzido a partir de certas condicionantes históricas, em relação dialógica com outros textos.

A linguagem como interação compreende a produção social, do discurso privilegiando das formações ideológicas que estão diretamente ligadas aos sujeitos. Procura-se compreender os efeitos de sentido a partir do fato do que é que no discurso configura a relação da língua com a ideologia-social.

Do ponto de vista da AD, os sujeitos nada mais são do que os produtores de um determinado discurso, influenciados sempre pela exterioridade na sua relação com os



sentidos. Orlandi (2001) expõe que a forma histórica de um sujeito, assim como a ideologia da sociedade em que vive, pode alterar sua percepção sobre determinados discursos.

Para Foucault, não se pode falar de qualquer coisa em qualquer época, pois é necessário considerar as condições históricas atuais para o aparecimento de um objeto discursivo que garantem ao sujeito dizer “algo” e esse “algo” poder se relacionar com outros ditos, com os discursos já produzidos. Conforme Foucault:

O primeiro motivo condena a análise histórica do discurso a ser busca e repetição de uma origem que escapa a toda determinação histórica; o outro a destina ser interpretação ou escuta de um já dito que seria, ao mesmo tempo um não-dito. (FOUCAULT, 1969, p. 28).

Diante disso, percebe-se que o conhecimento e o saber, são uma construção histórica e a partir desta construção é que o indivíduo irá produzir seus saberes revelando desta forma sua prática discursiva e sua aceitação.

Para a AD, todo discurso produz sentidos a partir de outros sentidos já cristalizados na sociedade. Então, pode-se conceber a memória discursiva como sendo uma evocação já cristalizada, legitimada na sociedade e que são reavivados no intradiscurso, pois

A interpretação está presente em toda e qualquer manifestação da linguagem. Não há sentido sem interpretação. Mais interessante ainda é pensar os diferentes gestos de interpretação, uma vez que linguagens, ou as diferentes formas de linguagem, com suas diferentes materialidades, significam de modos distintos (ORLANDI, 1996, p.9).

De acordo com Orlandi (1996, p.15), o espaço de interpretação, deriva da relação com a memória, isto é, com o saber discursivo, o interdiscurso. Para a análise do discurso o “autor é carregado pela força da materialidade do texto, cujo gesto de interpretação é historicamente determinado pelo interdiscurso”. (FOUCAULT, 1973).



As múltiplas interpretações do discurso variam de acordo com o contexto no qual foi produzido. Orlandi (1983, p. 83) esclarece como se dá esse processo:

A informação nova, aquela que é gramaticalmente explícita, que revela a intenção do locutor, fica assim circunscrita àquilo que, no lingüístico, é factual, mensurável. E o que interessa, se pensarmos o discurso, é a possibilidade dos múltiplos sentidos e não a informação. O texto é o todo que organiza os recortes. Esse todo tem compromisso com as tais condições de produção, a situação discursiva, espaço entre enunciados realizados, espaço que não é vazio, mas social (intencional). A idéia do recorte remete à polissemia e não à informação. Os recortes são feitos na e pela situação de interlocução, aí compreendido, para mim, também um espaço menos imediato, mas também de interlocução, que é o da ideologia.

Para a AD, o sujeito é histórico e ideológico, já que está inserido num determinado tempo e lugar. Logo, ele vai posicionar todo o seu discurso em relação aos discursos do outro, estando inserido num tempo e espaço socialmente situados.

Sobre o discurso do outro Pechêux, (2014, p. 159) esclarece que:

A marca do inconsciente do ‘discurso do Outro’ designa no sujeito a presença eficaz do ‘Sujeito’, que faz com que todo ‘sujeito’ funcione, tome posição, ‘em total consciência e em total liberdade’, tome iniciativas pelas quais se torna ‘responsável’ como autor de seus atos.

Nesse sentido, o sujeito precisa tomar posição, “em total consciência e em total liberdade”, iniciativas pelas quais possa torna-se “responsável como autor de seus atos”, e assim sucessivamente. Desta forma, o discurso é a ocultação do inconsciente, assim como todo discurso é um interdiscurso, um espaço de construção e reformulação do sentido pelo sujeito a partir do seu contexto- histórico e ideológico.

Para o filósofo Althusser (1992), a ideologia possui uma existência material, e é nessa existência material que deve ser estudada, e não como mera ideia. Segundo Althusser,



[...] trata-se de estudar as ideologias como um conjunto de práticas materiais necessárias à reprodução das relações de produção. O mecanismo pelo qual a ideologia leva o agente social a reconhecer o seu lugar é o mecanismo da sujeição (1992, p. 08).

Sabendo-se que as relações de poder inserem-se em todos os lugares existentes na sociedade, precisa-se ter em mente que: “a partir do momento em que há uma relação de poder, há uma possibilidade de resistência. Jamais somos aprisionados pelo poder: podemos sempre modificar sua dominação em condições determinadas e segundo uma estratégia precisa” (Foucault, 1985, p.241). Conforme a visão foucaultiana de que o poder se encontra nas relações sociais, pressupõe-se a formação da resistência a todo exercício de poder.

De acordo com Orlandi (1996, p. 147), não há sentido sem interpretação, e a interpretação é um meio para se trabalhar a relação do sujeito com os sentidos, em um processo em que intervém o imaginário e que se desenvolve em determinadas situações sociais. Sendo assim, é assim que se entende a ideologia, nesse percurso que fizemos para entender também o que é a interpretação.

Segundo Pêcheux (apud Orlandi, 2005) a formação ideológica é constituída pelas palavras, expressões, proposições que mudam de sentido, segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, sentidos esses que são determinados em relação às formações ideológicas nas quais se inserem estas posições.

O sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição etc., não existe ‘em si mesmo’ [...], mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas [isto é, reproduzidas]. (PÊCHEUX, 1988, p. 160).

Para a Análise do Discurso, o sujeito é essencialmente ideológico e histórico, pois está inserido num determinado lugar e em um determinado tempo. Desta forma, ele



vai posicionar o seu discurso em relação aos discursos do outro, estando inserido num tempo e espaço socialmente situados para haver a compreensão do discurso enunciado.

Sabe-se que não existe texto neutro, pois sempre há interesses em torno de uma questão. Segundo Pêcheux (1975) o discurso não surge no vazio. O discurso remete à formação discursiva que o originou e que é marcada por uma ideologia ali embutida. Na origem do processo discursivo há uma formação discursiva permitindo as condições de sua existência.

O discurso não pode ser concebido fora do sujeito e nem este fora da ideologia, uma vez que esta o constitui. Inevitavelmente, essa ideologia incide, também, na formação profissional do sujeito. É com a linguagem que o sujeito se constitui e é também nela que ele deixa marcas desse processo ideológico.

O primeiro episódio da série “Chefe Secreto” da Rede Globo, datado de 13 de setembro de 2015, é apresentado pelo consultor de carreiras Max Gehringer, que também é administrador de empresas, escritor, autor de diversos livros sobre carreiras e gestão empresarial. Cada episódio é, relativamente, curto – possui 17 minutos em média.

Primeiramente Tadeu Schmidt e Poliana Abritta apresentam o desafio que executivos vão encarar no Fantástico: “você é mega poderoso, diretor de uma grande empresa e o seu lugar é na cabeceira da mesa tomando decisões que afetam milhares de empregados, mas de repente sua vida muda de forma radical, você deixa o conforto do escritório, muda o visual, veste o uniforme e vai encarar o trabalho pesado na fábrica ao lado dos outros funcionários, sem que eles saibam quem você é de verdade”.

Tadeu apresenta a Stemac, a maior fabricante de grupos geradores de energia elétrica do Brasil, que domina 60% do mercado. A empresa tem 2,7 mil funcionários, distribuídos em 36 unidades no país. No comando administrativo, está um gaúcho de 42 anos, Valdo Marques. O presidente da Stemac, Jorge Buneder, resalta que Valdo terá a



oportunidade de fazer uma pesquisa de satisfação que jamais poderia ser feito em um papel ou por questionários.

Alguns funcionários são realmente bons, e Valdo elogia a capacidade e a habilidade deles ao realizar operações complicadas. Ao perceber uma dificuldade em realizar uma entrega, Valdo e Gehringer dizem que houve um problema de comunicação dentro da empresa que fez com que não soubessem o que/ como tinham que executar, e isso gerou um custo maior e mais tempo, o que não havia sido previsto.

Na segunda parte dessa experiência, O Chefe secreto realizou trabalhos exaustivos, visualizou erros de falta de organização da empresa. Segundo Valdo essa experiência lhe possibilitou muito aprendizado. Ele apontou os problemas de comunicação que presenciou, ditou mudanças e compartilhou as histórias de vida que ouviu e a direção se sensibilizou. Sendo assim, esses funcionários foram convocados a irem à direção em Porto Alegre, e cada um deles foi recompensado e elogiado. Uns foram promovidos, outros ganharam viagem, tratamento de saúde, outro pagamento, foi a oportunidade de estudo para que se aprimorassem cada vez mais. Enfim, cada um teve a realização de um sonho.

Por fim, diante de toda a fábrica, de todos os funcionários, foram realizadas as mudanças. E tudo isso, segundo Valdo Marques, é uma experiência que todo líder deveria ter.

Ao estudar o discurso, a AD busca ver a língua não somente como uma transmissão de informações ou um simples ato de fala, mas como discurso, pois busca compreender a exterioridade da linguagem, como a ideologia e o contexto. Para a AD, a linguagem é mediadora imprescindível entre o homem e o meio em que vive. Desta forma, a análise do discurso vê a língua como interação entre os sujeitos e o meio em que vive, ela é fruto de cada momento histórico.

Sabendo-se que a série Chefe Secreto foi produzida no Brasil em um contexto no qual a atual situação econômica vem causando muita preocupação a toda população, aos



empregados e aos empresários que dependem do seu próprio trabalho para garantir seu sustento, a série valoriza o modo de organização empresarial do capitalismo no qual o funcionário não pode falhar e a produção deve ser perfeita. Subentende-se que essa série foi produzida com o objetivo de avaliar o desempenho do funcionário e se o trabalho está sendo realizado da maneira que a empresa determinou. Logo, a ideologia do empregador é que o empregado produza como se fosse máquina.

Para Bakhtin (1929 p. 31):

Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) (...) ele reflete e refrata uma outra realidade que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo (...). Tudo que é ideológico é um signo, sem signo não existe ideologia.

Para compreender o discurso, observa-se a necessidade de saber o que é ideologia e é preciso também identificá-la como um complexo de relações históricas das formações sociais a partir das condições da existência material, bem como das condições de produção. O que o indivíduo produz enquanto ideias, valores, crenças e visão de mundo são constituídas a partir da luta de classes.

Os episódios da série mostram uma pessoa que tem uma posição de gerência superior em um grande negócio e que toma a decisão de disfarçar-se de empregado para descobrir as falhas na empresa. Infere-se que a produção da série está baseada em posições ideológicas que interferem no modo de produção capitalista. A produção de sentidos fundamenta-se na “memória discursiva” (POSSENTI, 2005) que, de acordo com o autor, “diz respeito à *existência histórica do enunciado* no interior de práticas discursivas reguladas por aparelhos ideológicos”. Orlandi acrescenta que “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra”.(ORLANDI, 2001).

Contudo, cada discurso está carregado de ideologias, ideologias estas que podem ser definidas em sua materialidade específica do discurso, que é a língua. Para



Pêcheux (2014), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido.

É a ideologia que fornece as evidências pelas quais todo mundo sabe o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve, etc., evidências que fazem com que uma palavra ou um enunciado “queiram dizer o que realmente dizem” e mascaram, assim, sob a transparência da linguagem, aquilo que chamaremos o caráter material do sentido das palavras e dos enunciados. (PÊCHEUX, 2014, p. 160).

A série pode ser vista como uma catarse para uma nação viciada em ressentir com aqueles que ocupam suítes CEO (Chief Executive Officer). Compreendida como uma ferramenta de recrutamento para um levante operário, com os trabalhadores de baixo nível que são escolhidos minuciosamente.

Pode-se dizer que “a ideologia não é consciente: ela é efeito da relação do sujeito com a língua e com a história na sua necessidade conjunta, na sua materialidade” (ORLANDI, 1998, p. 40). Em vista disso, pode-se afirmar que a ideologia responde de forma diferente aos interesses das classes. Tanto os saberes como as práticas produzidas nas instituições que são práticas de interesses de classe. Assim, os sujeitos sofrem pressões ideológicas e, simultaneamente, são condicionados por seus desejos inconscientes. Esse reconhecimento, no campo da teoria, estabeleceu uma subjetividade desdobrada, dividida.

Conforme Fiorin (2003), a ideologia em dois níveis de realidade: o da essência – análise profunda - ou seja, ideologia implícita, e o da aparência – análise superficial -, isto é, ideologia explícita. Sabendo que todo o discurso é carregado de ideologias, podemos dizer que é possível realizar várias leituras da ideologia presente nesse episódio. Com tudo isso, não se pode esquecer de considerar que as condições de produção, influenciam muito na formação do sujeito, pois envolvendo sujeito e a situação, ou seja, o contexto imediato que inclui o fator sócio histórico e o fator ideológico.



Para (FIORIN, 2003) o nível de essência é profundo e não visível; o de aparência é superficial e fenomênico. Partindo-se dessa afirmação e tendo em vista que o nível de essência refere-se ao que realmente se quer transmitir, infere-se que a série gera aparentemente, bem-estar para os trabalhadores subvalorizados, além de ser uma publicidade gratuita para a empresa. O telespectador ao assistir a série não percebe que o próprio trabalhador, assujeitado às condições que lhe são impostas, desconhece o próprio sistema e se não for premiado, se sente culpado por não ter produzido mais. E que as pessoas estão se enganando na televisão, especialmente pelo fato do empresário se disfarçar como um trabalhador para obter insights sobre a empresa.

Já no nível de aparência, o que parece ser, pode-se ser percebido no final do episódio, no qual alguns funcionários foram devidamente recompensados por todo o esforço e a dedicação depositados no trabalho realizado, quando as coisas vão bem e o chefe revela tudo e, geralmente, dá aumentos, promoções e/ou dinheiro aos trabalhadores subvalorizados. No entanto, sabe-se que no sistema capitalista não há uma troca igualitária, pois um vende a força de trabalho e o retorno não é do mesmo valor, quem realmente ganha com o trabalho do funcionário é a empresa.

O momento das recompensas com oportunidades de progressão e/ou dinheiro, se o chefe acha que os funcionários merecem, deixa o telespectador emocionado. A vida dos funcionários que tiveram a sorte de participar da série são mudadas. Contudo, na essência de todo esse ato, não há catarse, visto que há muitos outros funcionários que enfrentam desafios semelhantes aos dos funcionários que não foram recompensados.

Se no século XIX uma das maneiras mais eficazes para transmitir o desespero silencioso da classe trabalhadora para um grande público foi através de um romance realista “O Cortiço” de Aluísio Azevedo publicado em 1890 que denuncia a exploração e as péssimas condições de vida dos moradores das estalagens ou dos cortiços cariocas. Atualmente, é usada pela mídia. Para a AD, os contextos imediatos são desconsiderados quando não estão relacionados com as condições históricas de produção, ou seja,



entende-se por contexto imediato aquele em que o sujeito produz de acordo com a situação mais emergente de interação. Logo, infere-se que o Fantástico partiu de algo que incomoda e emociona a sociedade e que pode ter repercussão, principalmente para os que trabalham nesse meio, e que, ainda estimula o trabalhador a querer sempre mais a eficiência.

Sabe-se que não existe texto neutro, sempre há interesses em torno de uma questão. A série busca explorar a "boa sensação" com cenários para a publicidade. Os telespectadores são apresentados a Valdo Marques e sua família, os quais vivem em uma casa de um nível econômico alto e possuem a vida que muitos gostariam de ter. Valdo e sua esposa são vistos como pessoas agradáveis e humildes. De acordo com o apresentador Max Gehringer, cada chefe tem razões para ir à paisana, para ter certeza de que os funcionários da empresa não estão aquém dos padrões da empresa. Já no segundo episódio, Marques aguarda com expectativa a oportunidade de mudar a vida de alguns funcionários, recompensando-os. Sendo assim, infere-se que todo o script soa como uma história de benevolência que visa a retribuição.

Segundo Pêcheux (1975), o discurso não surge no vazio. O discurso remete à formação discursiva que o originou e que é marcada por uma ideologia ali embutida. Na origem do processo discursivo há uma formação discursiva permitindo as condições de sua existência. No caso da produção da série, a posição ocupada é uma posição crítica em relação a um dos problemas da sociedade, e isso possibilita ao sujeito as condições para o que diz, pois ele ocupa uma posição social, um lugar social.

Para Max Gehringer a única maneira de saber o que alguém realmente está pensando é ocupar o lugar dele, falar como ele e trabalhar como ele. Nessa parte do episódio, observa-se o uso da relativa determinativa “Diga-me com quem andas e eu te direi quem és”. Nota-se que esta frase determinativa está sustentada em outro discurso que, como afirma Pêcheux (1988), está no nível do pré-construído. Assim, afirmar que a única maneira de conhecer a pessoa é ser como ela é, é reafirmar um discurso segundo o



qual as pessoas não conhecem as outras em sua essência. Dessa forma, vê-se mais uma vez a presença do discurso utilitarista da burguesia.

Sobre o discurso do outro, Pêcheux (2014, p. 159) diz que:

A marca do inconsciente do ‘discurso do Outro’ designa no sujeito a presença eficaz do ‘Sujeito’, que faz com que todo ‘sujeito’ funcione, tome posição, ‘em total consciência e em total liberdade’, tome iniciativas pelas quais se torna ‘responsável’ como autor de seus atos.

A personagem Valdo Marques é constituída pelo “discurso do outro”, ele é assujeitado pela linguagem e pela história - o sujeito não é único e o discurso não se origina no sujeito - que a sociedade vive para desenvolver sua criticidade em torno do que se valoriza naquela situação. A personagem demonstra estar preocupado com a avaliação da fábrica, partindo da ideologia, do comprometimento e dos valores humanos, valores esses que estão sendo esquecidos pelo fato de que a importância está conectada aos valores econômicos que como diz Max Gehringer, são os que realmente interessam.

O sujeito-histórico é ao mesmo tempo livre e submisso, o que fica claro durante o episódio do Chefe Secreto, pois há a demonstração em que vemos o sujeito livre, que pode opinar e contribuir com suas ideias, porém também é submisso, pois não pode manifestar sua verdadeira opinião sobre o que poderia ser feito. Submetendo o sujeito, e ao mesmo tempo apresentando-o como livre e responsável, ignora-se assim, o assujeitamento ao qual o sujeito está exposto e o discurso apareça como instrumento (límpido) do pensamento e um reflexo (justo) da realidade. (ORLANDI, 2007, p. 51).

Além disso, o sujeito não determina a produção de sentidos conforme aponta Mussalim (2004) “o sentido vai se constituindo à medida que se constitui o discurso. Não existe, portanto, o sentido em si, ele vai sendo determinado simultaneamente às posições ideológicas que vão sendo colocadas em jogo”, ou seja, o sujeito a partir de uma determinada ideologia e posição social produz seu discurso, mas não é responsável



pelos sentidos que seu discurso irá produzir em seu interlocutor. O sentido é produzido embasado nas posições ideológicas as quais esse interlocutor “acredita”.

Assim, compreende-se que o sentido constitutivo do discurso do chefe vai sendo moldado conforme suas vivências e ideias vão sendo formuladas. Isto é, por mais que o chefe não tenha um bom relacionamento com alguns funcionários, ele, assim, que vai tendo seu sentindo confrontado ideologicamente, começa a repensar e a mudar suas opiniões em relação aos funcionários, pois ele passa a reconhecer que eles são realmente bons e que desempenham um bom trabalho para a empresa.

Ao se posicionar de maneira interessada em saber se os funcionários desempenham um bom trabalho e buscam a satisfação dos clientes, estão acondicionadas a ideologia em torno do assunto. É possível inferir que as personagens estão inseridas em uma posição social, que parte da ideologia de que o que deve ser de fato valorizado naquele contexto social, dado, são os pontos positivos dos funcionários, que devem ser melhorados para um melhor andamento da empresa. Conforme aponta Orlandi (2008) quando avalia que “A formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sociohistórica dada – determina o que pode e deve ser dito.” (ORLANDI, 2008, p. 43).

A autora afirma ainda que as palavras dialogam entre si e que fazem parte de um discurso que possui ligação com outros, além disso, Orlandi (1999, p. 45-44) diz que “as formações discursivas podem ser vistas como regionalizações do interdiscurso, configurações específicas dos discursos em suas relações”, os interdiscursos são produzidos a partir daquilo que já foi dito.

Partindo dessa afirmação, podemos entender que o planejamento dos episódios da série esteve apoiado em discursos já produzidos para elaborar o quadro, tendo em vista que esta série em questão é uma adaptação de um reality que já foi produzido em



muitos países, logo, a formação discursiva presente na mesma não é única, tampouco inédita, ela já foi previamente produzida em outros contextos.

Para que Max Gehringer pudesse apresentar a série foi necessário que ele se submetesse à língua, bem como à ideologia, lembremos aqui que o sujeito é assujeitado, devido às condições que lhe são dadas à produção do discurso, além disso, sem a língua não haveria discurso.

Para que se possa atribuir significado à ideologia inserida nos episódios faz-se necessário apoiar-se na linguagem, sem este fator a interpretação do texto fica comprometida. Dessa maneira, “a ideologia não é ocultação, mas função da relação necessária entre linguagem e mundo”, afirma o autor Orlandi (1999, p. 15).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio do quadro “Chefe Secreto” analisado neste artigo, notou-se que há a construção de um discurso, cuja autoria é assumida pelo semanário Fantástico, a fim de fazer o chefe ter um contato mais próximo com os funcionários e ver de perto o que ocorre com sua empresa. Amparado em um efeito de credibilidade do programa, o quadro Chefe Secreto estabelece uma relação entre o patrão, enquanto detentor do poder e os funcionários, seus subordinados.

Sabe-se que o homem não se comunica somente para si, e que dentro do discurso realizado existem fatores de cunho histórico, sociológico, político, dentre outros, que acabam influenciando suas produções discursivas de acordo com a sua vivência.

Diante da análise realizada, os efeitos do discurso, são carregados de Ideologia e juntamente com ela o poder de influenciar ou não os sujeitos de uma determinada sociedade. Notou-se também que a mídia é o lugar onde as ideologias são reproduzidas e materializadas através do discurso. Sendo com isso, capaz de moldar as mentes e os comportamentos dos indivíduos e, além disso, sendo capaz de conseguir mudanças



significativas, referente ao trabalho e ao emprego, mostrando de forma natural que cada um possui o seu lugar dentro de uma equipe.

A análise do quadro revela, portanto, que o sucesso da série se dá devido à humildade dos trabalhadores, o espanto genuíno e a gratidão sobre pequenos atos de benevolência. Ademais, infere-se que a série é um lembrete de que em tempos ruins, as pessoas estão menos ansiosas para confrontar ou provocar autoridade.

Considerando os pressupostos teóricos da Análise do Discurso de linha francesa, a compreensão de um determinado discurso é distinta para a grande maioria dos indivíduos, pois o discurso se origina da ideologia e da realidade de um determinado contexto histórico. A análise que ora propomos não se esgota com a finalização desse trabalho, faz-se importante ressaltar que o trabalho sempre está aberto a tantas leituras quantas forem os leitores e que essa é apenas uma possibilidade de leitura e que existem muitas outras a serem desvendadas, conforme for o objetivo do pesquisador.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ORLANDI, E. Pulcinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2001.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos**. Campinas: Pontes, 2008.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **A Linguagem e seu Funcionamento**. As formas do discurso. São Paulo: Brasiliense, 1983.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Língua Brasileira e outras histórias**. Campinas: RG, 2009.

“Sentidos em fuga: efeitos da polissemia e do silêncio” in *Sujeito, Sociedade, Sentidos* MUSSALIM, Fernanda. **Análise de discurso**. In: MUSSALIM, F. BENTES, A. C. (Orgs.). *Introdução à linguística: domínios e fronteiras*. V. 2, 4. Ed. São Paulo: Cortez, 2004.



POSSENTI, S. **Teoria do discurso: um caso de múltiplas rupturas**. In: MUSSALIM, F. BENTES, A. C. (Orgs.). Introdução à linguística: domínios e fronteiras. V. 3, 2. Ed. São Paulo: Cortez, 2005.

PÊCHEUX, Michel. **Análise do Discurso**. Paris: Larousse, 1975.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio** / Michel Pêcheux; tradução: Eni Puccinelli Orlandi et al. – 5ª ed. – Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

PÊCHEUX, Michel. **Ler o Arquivo Hoje**. In. ORLANDI, E. (org.) Gestos de Leitura. Campinas: Unicamp, 1994.

FIORIN, José L. **Linguagem e Ideologia**. 7ed, São Paulo: Ática, 2003.

FIORIN, José L. **Tendências da análise do discurso**. Estudos Lingüísticos, v.19, p.173-9,1990.

Introdução à obra de Michel Pêcheux. Tradutores Bethânia S. Mariani [et al.]. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1990.

ALTHUSSER, L. **Aparelhos Ideológicos do Estado**. Rio de Janeiro: Graal, 1970/1992.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 6. ed. São Paulo: HUCITEC, 1986.