Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro, v.13, 2023
ISSN 2178-6925

¿Dónde está el éxito? análisis del libro “El éxito paso a paso”

Where is the success? an analysis of the work “Step by step success”

Onde está o sucesso? uma análise da obra “O sucesso passo a passo”

Thiago Barbosa Soares
Doutor em Linguística, Universidade Federal do São Carlos,
Professor dos cursos de graduação em Letras e pós-graduação em Letras
Da Universidade Federal do Tocantins, pesquisador bolsista do CNPq
E-mail: thiago.soares@mail.uft.edu.br

Resumen:
Este artículo tiene como objetivo describir e interpretar, desde la perspectiva del Análisis del Discurso (AD) derivada principalmente de la obra de Michel Pêcheux, la construcción del significado(s) de éxito en la obra "O sucesso passo a passo" de Max Gehringer y realizar, a partir del interdiscurso, la constitución de un discurso de éxito en la sociedad brasileña actual. Para ello, utilizaremos la metodología cualitativa de descripción y examen de fragmentos del libro a través de conceptos como formación discursiva, interdiscurso, intradiscurso y sujeto.
Palabras clave: Análisis del discurso. "Éxito paso a paso". Éxito.

Abstract:
This article aims to describe and interpret, from the perspective of Discourse Analysis (DA) derived mainly from the works of Michel Pêcheux, the construction of the meaning(s) of success in the work “O Sucesso Passo a Passo” of Max Gehringer and perceive, from the interdiscourse, the constitution of a discourse of success in current Brazilian society. For that, we will use the qualitative methodology of description and examination of excerpts from the book through concepts such as discursive formation, interdiscourse, intradiscourse and subject.
Keywords: Discourse analysis. “Step by step success”. Success.

Resumo:
Este artigo tem por objetivo descrever e interpretar, sob a ótica da Análise do Discurso (AD) derivada principalmente dos trabalhos de Michel Pêcheux, a construção do(s) sentido(s) de sucesso na obra “O sucesso passo a passo” de Max Gehringer e perceber, a partir do interdiscurso, a constituição de um discurso do sucesso na atual sociedade brasileira. Para tanto, empregaremos a metodologia qualitativa de descrição e exame de trechos do livro por meio dos conceitos, como formação discursiva, interdiscurso, intradiscurso e sujeito.
Palavras-chave: Análise do discurso. “O sucesso passo a passo”. Sucesso.

Introducción

¿Qué es el éxito en una sociedad altamente compleja? Se pueden encontrar respuestas a esta pregunta que escapan a la cuestión de la circulación de los sentidos. El éxito ha alcanzado el orden del discurso y se ha convertido en un valor inherente a la vida contemporánea, por lo que podemos buscarlo en cualquier campo de la acción humana. Sin embargo, existen espacios de producción y

circulación de sentidos que pretenden no sólo tender el puente hacia el éxito, sino también venderlo a un precio asequible a quienes pueden pagarlo. ¿Existe más de un tipo de éxito o está tan bien alineado con el discurso social (ANGENOT, 2015) que rige como mandato sin importar su "naturaleza"? Se encuentra aquí, en la investigación de la obra "O sucesso passa a passo", cuestiones de cómo se construye discursivamente el éxito en un supuesto manual para encontrarlo / practicarlo. Para dar soporte teórico y metodológico a este análisis, utilizamos el Análisis del Discurso Francés derivado de la obra de Michel Pêcheux. Así, consideramos que

> En el discurso es donde residen los significados atravesados por la historia, las constricciones de la fuerza y el choque ideológico. Siendo el texto la efectuación lingüística de la que hacen uso los sujetos en sus prácticas discursivas. Es también en el discurso donde se encuentran las múltiples interpretaciones orilladas por el texto y, en consecuencia, las lecturas de éstas. Si el texto es la unidad de sentido lingüísticamente estructurada, el discurso es dispersión y restricciones de los significados socialmente circulantes (SOARES, 2018a, p. 83).

Es, entonces, en el funcionamiento discursivo de la obra "Éxito paso a paso" que aplicaremos los conceptos de formación discursiva (en adelante FD) para deducir rasgos sociales, ideológicos y lingüísticos presentes en la constitución enunciativa del texto; de interdiscurso y su continua relación con el intradiscurso para demostrar las relaciones externas e internas concernientes a las condiciones de producción de los fragmentos bajo análisis; de sujeto para observar las variaciones textual-discursivas en la diseminación de (efectos de) significados de éxito en la fabricación de sujeción a una ideología dominante. Ahora bien, aun así no rehuiremos buscar otra literatura especializada tendente a mayores aportaciones que puedan clarificar nuestro ahora objeto de examen y para lo cual nos desplazamos de inmediato.

1 Bajo análisis: "Éxito paso a paso"

El autor de la obra, cuyo título figura más arriba, es Max Gehringer. Se trata de alguien que, según la oída del libro, tiene un programa de radio en "CBN". Además de eso, fue comentarista en el programa de televisión "Fantástico", escribe artículos para revistas, como "Época", entre otras; también tiene otros libros publicados, da conferencias y tiene una larga carrera como ejecutivo. Estos datos confieren un efecto de verdad a lo que dice y, entre otras cosas, retoman interdiscursivamente la concepción de que si alguien escribe y habla, especialmente

en los medios de comunicación, merece y merece atención por lo que dice. Con ello, se configura el camino de lectura a seguir por el lector. Sumado a esta información, en los datos de catalogación encontramos el año de esta 1ª edición, 2010. Sobre los campos de conocimiento a los que se vincula la obra, son: "profesiones", "metas", "logro" y "éxito", siendo el sintagma "éxito" especificado por "aspectos psicológicos". No habría necesidad de relacionar el título "Éxito paso a paso" con sus temas catalográficos para iniciar una inferencia, que es que el autor pretende enseñar la(s) manera(s) de alcanzar el éxito. En otras palabras, Gehringer, que conoce los pasos del éxito, dará lecciones bien explicadas para que sus lectores puedan dar pasos (no en cualquier dirección), principalmente en la dirección del éxito deseado (por el interlocutor del autor).

Otro punto a destacar se refiere a la configuración interna del libro, ya que no tiene capítulos *propiamente dichos*, sino breves ensayos en tono de crónica. En total son 88, entre los que hay algunos con dos páginas y otros con cuatro. Sin embargo, antes de dar ningún paso, Gehringer hace una introducción en la que intenta conectar todas las cuestiones que aborda en sus breves ensayos, ya que tratan temas muy variados, que van desde cómo hablar hasta cómo vestir. Desde el principio, el autor (re)produce el éxito como un logro, en la medida en que éste es el efecto de saber cómo realizar, llevar a cabo, hacer innumerables actividades. Además de los consejos de comportamiento en muchas situaciones.

En este sentido, podemos entender que estamos ante una especie de manual del éxito. Como todo manual, "Éxito paso a paso" pretende enseñar el camino, entre otras cosas, "más fácil", "más rápido" para alcanzar una meta, el éxito. Por lo tanto, éste será el todo al que converjan los pasos desarrollados por Gehringer, por lo que nos centraremos en las partes en las que el éxito se materializa de forma más vívida a través del discurso-texto, ya que el éxito está en juego a lo largo de todo el libro. En su breve introducción, Max Gehringer aporta una especie de comprensión global del éxito fundamental para el desarrollo de la obra. Para observarlo, es en el despliegue del hilo de la relación entre lo lingüístico y lo discursivo en lo que nos basamos para realizar el análisis. Veamos, pues, el fragmento con el que comienza esta sección:

> Cuando leemos la biografía de alguien que ha triunfado en su actividad profesional, no es raro sorprenderse pensando: "¡Pero si esta persona tuvo una infancia como la mía! Es cierto. Los profesionales que triunfan no son tan diferentes de los demás. *Lo que les hace diferentes es precisamente el éxito* (GEHRINGER, 2010, p. 9; el subrayado es nuestro).

En un primer momento, podemos decir que Gehringer concibe el éxito dentro de la profesión. A partir de esta constatación, encontramos en las condiciones de producción de la obra el hilo conductor del eje interdiscursivo, concretamente, el interdiscurso en el que "El éxito está en la balanza". En esta producción discursiva, el éxito se entendía también, pero no sólo, en la *actividad profesional*. Sin embargo, ¿habría otro tipo de éxito, en la sociedad capitalista actual, si no estuviera vinculado a la profesión? ¿No es a través de ella que el capital hace girar sus engranajes, proporcionando a los sujetos posibilidades de consumo? ¿Habría otro tipo de éxito que compartir socialmente y, por tanto, necesitaría de una exposición mediática masiva distinta a la profesional? Si por estas cuestiones hubiera otro éxito que no perteneciera al trabajo, no estaríamos ante un sujeto social, algo obtuso de cogitar. Sin embargo, lo más sintomático en el corte anterior es la admisión del éxito como diferenciador, por lo que "todos", en principio, parecen ser iguales al autor. Todo el mundo puede hacer lo que hacen los sujetos de éxito, pero entonces ¿qué es el éxito? Los profesionales que tienen *éxito no se diferencian mucho de los demás*, lo que les hace *diferentes es precisamente el éxito*. Al utilizar la construcción lingüística "no son muy *diferentes*" para atenuar la disimetría entre los que tienen éxito y los que no lo tienen, percibimos un medio por el cual la diferencia, que no es mucha/grande, se destaca como fundamental para el sujeto autor del libro, ya que se ha preocupado por registrarla. Además, vemos que el autor expresa el éxito como algo que se hace, es decir, el éxito es objeto directo del verbo "hacer". Uno de los efectos de significado del éxito como objeto es precisamente ser el producto de acciones (dadas), y, éstas pueden ser realizadas por *otras personas*. De este modo, existe una operación lógica para que "Éxito paso a paso" adquiera significado.

Otro punto importante aún en relación al recorte mencionado es el uso sintagmático de éxito. Tenemos un *éxito* como complementador (CASTILHO, 2012) de *devenir*, en que éxito no es del orden de lo conocido, no siendo especificado. A diferencia de *Los profesionales que hacen el éxito*, porque aquí el éxito funciona como un adjetivo que especifica el tipo de profesional para el que el determinante "el" es índice de pre constructo(s). Así, los profesionales que el autor no cita serán, por el lector, buscados en la red de memoria del interdiscurso. Pues lo que *los diferenciará es exactamente el éxito* y los conocidos, en consecuencia. Sin embargo, lo que más llama la atención en este último empleo de éxito es su función de sujeto, en el que el patrón SVO se modifica, no sin razón, creando un efecto de evidencia

de *éxito*. Dicho esto, tal proceso no ocurriría en una frase como: "El éxito es exactamente lo que los hará diferentes". Es decir, al iniciar el período con dicha oración subordinada, se crea una expectativa en torno al núcleo de la frase nominal éxito que cierra oportunamente la última oración del primer párrafo de la introducción de "Éxito paso a paso". Así, el éxito adquiere diferentes efectos de significados para lograr la evidencia, como el propósito (tanto en la formulación lingüística como) de la *actividad profesional*. Más adelante, todavía en la introducción, Max Gehringer, para cerrarla, hace algunas afirmaciones sobre el éxito:

> El camino hacia el éxito no es una línea recta. Está lleno de subidas, bajadas, contratiempos estratégicos y desvíos. Lo importante es que cada paso dado tenga un sentido, un propósito y una dirección. Hay que tener valor, siempre, pero sin perder nunca el sentido común (2010, p. 13).

Una conclusión textual significativa porque, por un lado, no promete cambiar la vida de nadie, por otro, hace que el *camino hacia el éxito sea* "difícil", por lo que se hace necesario un manual que ayude a recorrerlo. No ser recto, estar lleno de subidas y bajadas son características constitutivas de un tipo de camino muy desagradable, así que ¿por qué tanto esfuerzo? Una pregunta que parece tener una respuesta obvia, como dice Benveniste: "La pregunta puede sorprender, como todo lo que parece cuestionar la evidencia, pero a veces es útil pedir a la evidencia que se justifique a sí misma" (2005, p. 284). Sin embargo, en este caso, ¿qué justificaría, a pesar de todo, el afán de éxito? Gehringer no toca, ni de lejos, este cuestionamiento, ya que el éxito es la necesidad que pretende satisfacer su libro "Éxito, paso a paso". Por ello, el autor sigue en sus "pasos" dando lecciones sobre cómo debe comportarse un candidato a un puesto de trabajo en la entrevista, e incluso señala contenidos y tiempos para el discurso previsto. Para ello, da ejemplos de cómo adquirir éxito en los procesos de selección, de forma explicativa. El objetivo es mostrar por qué algunos comportamientos son aceptados y otros no, en el contexto de la contratación profesional. Entre los puntos iniciales abordados está la perspectiva temporal. Gehringer afirma:

> El error que cometen muchos jóvenes profesionales es pensar en los objetivos a largo plazo antes incluso de haber hecho los deberes a corto y medio plazo. Si un aprendiz empieza a pensar y hablar como un directivo, señalando los errores y las soluciones que ve para la empresa, lo más probable es que no le contraten (2010, p. 32).

El escritor tiene mucha razón al expresar este razonamiento, ya que es tal como dice el título, es decir, "Éxito paso a paso". En este diapasón, no tiene sentido, en la sociedad brasileña contemporánea en la que el poder emana de unos pocos,

que los *jóvenes profesionales piensen* en metas a largo plazo, y mucho menos que señalen los *errores y las soluciones* que perciben en una empresa. En resumen, el intradiscurso producido por Max Gehringer se aloja en la red discursiva cuyo tejido posibilita efectos de sentido como "el trabajador debe necesariamente empezar desde abajo". A partir de esto, podemos argumentar que la sociedad cuyo trabajador debe ser inicialmente de "abajo" presenta la segmentación de los sujetos, en la que la confrontación puede tener lugar de varias maneras. Entre ellas, una especie de servilismo postulado en el fragmento anterior en el que podemos escuchar el eco de la crítica de Sérgio Buarque de Holanda a las "raíces" de Brasil, en filigrana, la formación del trabajador, porque:

> El trabajador, en cambio, es el que ve primero la dificultad a superar, no el triunfo a alcanzar. El esfuerzo lento, poco gratificante y persistente, que, sin embargo, mide todas las posibilidades de despilfarro y sabe aprovechar lo insignificante, tiene para él un significado muy claro. Su campo de visión está naturalmente restringido. La parte es más grande que el todo (HOLLANDA, 1998, p. 44).

Esto nos aporta un fuerte indicio de que los "pasos" del escritor sancionan prácticas ideológicas de mantenimiento del *statu quo* ante la sociedad. Por eso es tan importante para los *jóvenes profesionales* adquirir, o mejor dicho, alcanzar el éxito, no "pasar la carreta delante de los bueyes". En otras palabras, el futuro debe venir después del presente, porque el éxito está en este tiempo lejano, en el que los *objetivos a largo plazo* deben permanecer dando fuerza al profesional, que tiene sus dificultades en el presente. Así, el trabajador en su "lento esfuerzo" por proveer su sustento promueve al mismo tiempo la continuidad de la estratificación de sí mismo, por extensión, de la sociedad. Tal vez una forma tácita de éxito para Gehringer sea que el aparato capitalista avanza "paso a paso".

En este sentido, el escritor parece demostrar conocimientos sobre el mundo profesional, junto con una supuesta posición de prominencia, ya que diserta en tono de consejero sobre cómo adquirir o *alcanzar* el éxito. En términos metafóricos, para que un estratega recomiende determinadas tácticas, debe conocerlas bien, sobre todo las circunstancias de sus puestos de trabajo. Dicho esto, el autor suscribe la FD del éxito con el enfoque más o menos específico del ámbito de trabajo. Se puede notar la corroboración de este enfoque entre tantos momentos de la obra, pero uno en particular nos ayuda a reflexionar sobre lo que el escritor considera un primer paso hacia el éxito. Es decir, la introducción en el mundo del trabajo como ascenso en la actual sociedad de consumo. Para ello, expresa los cursos técnicos como

"puertas". Tras tratar brevemente este tema, sintetiza sus ideas en un párrafo final, que es:

> En resumen, para quienes necesitan trabajar, el curso técnico sigue siendo la forma más fácil de entrar en el mercado laboral, porque la competencia es menor. El curso tecnológico es la opción para quienes tienen un enfoque bien definido y no piensan dar grandes saltos profesionales a medio plazo. La licenciatura puede proporcionar una carrera más amplia, pero la competencia para conseguir el primer empleo será mucho mayor. Por lo tanto, quienes no tengan un buen círculo de relaciones, el llamado *networking,* sufrirán menos si eligen una carrera técnica o la carrera tecnológica correcta (GEHRINGER, 2010, p. 51; el subrayado es nuestro).

En general, el pasaje anterior presenta un punto de vista simplista y casi mecánico sobre el mercado laboral actual en Brasil. A nivel superficial, Max Gehringer repite la *doxa*, para decir lo que mucha gente piensa que es verdad. No es difícil darse cuenta de ello, ya que no aporta ninguna referencia para apoyar su idea; es decir, hace uso de una lógica argumentativa ya aceptada socialmente al construirse como experto en el tema. Es a través de este, entre otros, mecanismos discursivos que el autor (re)crea efectos de verdad.

Dicho esto, el escritor da sus consejos, o mejor dicho, los pasos *para los que necesitan trabajar*. Sin duda, Gehringer pretende llegar a un público amplio, ya que sólo una ínfima parte de la sociedad brasileña actual no necesita trabajar. Hasta aquí, el autor no toca explícitamente la cuestión del éxito, por lo que sus observaciones son sólo *para los que necesitan trabajar*. Por lo tanto, o el éxito es trabajar, o viene después de este último como consecuencia. De ahí la necesidad de aludir a la inserción en el mundo laboral a través de lo ya dicho dentro del discurso sobre el mercado de trabajo. En este sentido, el autor materializa en el texto la formación ideológica que rige el funcionamiento social y que él comparte. No en vano sostiene que su orientación es *para los que quieren trabajar.*

En este sentido, Gehringer propone algunas formas de educación no como fines en sí mismos, pero, sí, como medios de entrada en el importante *mercado de trabajo*. Basándose en sus supuestos conocimientos, emanados de su "experiencia", en los que se percibe la operación interdiscursiva, el autor afirma que el curso técnico es la forma más fácil de entrar en el mercado laboral, en detrimento de la licenciatura. La primera es más rápida en relación con la segunda, porque ambas siguen directrices gubernamentales dentro de las cuales, por regla general, el número mínimo de horas teóricas y prácticas en los cursos técnicos es inferior al de las licenciaturas. Sin embargo, este no es el argumento utilizado por el autor, que

afirma que la competencia es menor en los primeros que en los segundos. En otras palabras, Gehringer, además de reducir toda y cualquier complejidad de elección en la formación profesional del sujeto del discurso, invierte la lógica del mercado al afirmar que los profesionales procedentes de cursos técnicos se enfrentarán a una menor competencia en el mercado laboral. O sea, no hay razón para que profesionales formados tan rápido, en relación a otros cuyo tiempo de formación es mayor, tengan su entrada más fácil en el mercado de trabajo. Al contrario, uno de los mayores responsables por la demanda de determinados tipos de empleados es el propio mercado. Sin embargo, el autor lo ignora, quizá no sólo por el sentido común del que hace uso, sino porque se dirige a quienes *necesitan trabajar*. En este *para quién*, el escritor se dirige a alguien que necesita estar listo para el mercado lo antes posible - no es específicamente alguien que no trabaja, porque el grueso del estrato social brasileño ya lo hace antes de concluir estudios técnicos o superiores -, porque para esta persona, el trabajo precede a la educación. Es decir, se estudia lo necesario para que el trabajo sea el mejor posible. Así, el significado de "tiempo" parece haber adquirido, en el extracto anterior, el significante "competencia", efectuando un cambio de significado como el defendido por Pêcheux (2011 [1971]) (2009 [1975]) en relación a los FD deferenciales. En otros términos, el autor utiliza el sintagma "competencia" para decir efectivamente sobre el "tiempo". En este diapasón, el enunciado anterior gana, entre otros, el efecto de realidad, de verdad, de real.

Además, Gehringer añade al final del extracto, supra, en tono de advertencia que *quien no tiene un buen círculo de relaciones* sufre menos en un curso técnico o con el *tecnólogo adecuado*. Lo afirma en relación con la entrada de candidatos en el mercado laboral. Sin embargo, podemos en un *gesto de lectura* entender que el autor inicialmente da cierta credibilidad a los cursos técnicos, pero se retracta, ya que sostiene con otras palabras que estos son para aquellos que *no tienen buen círculo de relación*. Veamos que este juicio un tanto excluyente expresado en el último período está relativamente bien construido desde el punto de vista lingüístico y argumentativo, por lo que viene a plantear superficialmente lo bien "políticamente correcto". Y así nos encontramos con la explicación prosaica de la razón de la poca competencia entre los profesionales procedentes de cursos técnicos, es decir, *no tienen un buen círculo de relaciones*. En esta lógica, los que tengan *el llamado networking,* hagan lo que hagan, tendrán mejores "oportunidades bajo el sol".

Los consejos, o más bien este paso al éxito que enseña Max Gehringer, tienen un enfoque profesional. De hecho, los demás también se refieren, en mayor o menor medida, al mundo laboral. Prueba de ello es uno de los pasos que el autor comenta sobre la promoción y sus contratiempos. Gehringer plantea la cuestión de las probables razones para que ese ansiado salto profesional no se produzca incluso después de años de trabajo en la misma empresa. Así, desarrolla puntos que a su juicio están relacionados con: el liderazgo, la personalidad, las habilidades empresariales y, finalmente: "El último consejo es prestar atención a las personas que han sido ascendidas recientemente. Lo que la empresa vio en ellos es lo que verá en los futuros ascendidos" (GEHRINGER, 2010, p. 74).

Con este sucinto párrafo termina el autor sus directrices sobre la promoción. Como estas condiciones son desconocidas incluso para el autor, sin embargo, según él, debemos dirigir nuestra atención a *las personas que fueron promovidas recientemente*, porque es en sus "acciones" donde encontramos la clave para *futuros ascensos*. Es decir, Gehringer propone tácitamente a quienes aspiran a dar un salto profesional que imiten a los recién *ascendidos*. El autor de "El éxito paso a paso", en el pasaje anterior, sostiene que prestar atención es, junto con todo lo que se puede hacer, fundamental, porque el camino hacia el éxito ya se ha abierto antes -tanto es así que el éxito es paso a paso-. En otras palabras, nadie crea su propio camino hacia el éxito, seguirá paso a paso el de otro. Esta no es precisamente la propuesta formulada en el título del libro (?).

Frente a esto, Gehringer titula su obra "Éxito paso a paso", hecho que discursivamente abre posibilidades de discusión, ya que en este enunciado título no se trata de cualquier tipo de éxito, sino de "el éxito". A expensas de la preconstrucción virtualmente existente a través del artículo definido "el", el autor invita al lector a buscar lo que "todos" quieren, lo que la sociedad contemporánea propugna como fundamentalmente necesario, por tanto, algo de cuyo conocimiento forma parte el imaginario colectivo. En una palabra, el éxito. El autor, además de permitir esta interpretación, corrobora este razonamiento con su argumento relativo a la imitación, porque es necesario *prestar atención a las personas* de éxito. Es decir, es creando un simulacro de quienes alcanzan el éxito como, según el escritor, el interlocutor condiciona las circunstancias de ascenso al éxito. En este sentido, el *último consejo* no sólo es útil para la carrera empresarial propiamente dicha, sino para cualquier profesión, especialmente aquellas cuyos medios de comunicación

(re)producen su foco. Gehringer (re)produce la manifestación, en el intradiscurso, de un interdiscurso en el que su formación ideológica se plasma en la FD de éxito que funciona en su texto. De este modo, sus pasos son progresivos, en los que se percibe una preocupación por el movimiento del sujeto, que no es sino social, encubierto por el trabajo. Para ilustrar algo de lo dicho al respecto, con las propias palabras de Max Gehringer, veamos un fragmento en el que habla de la carrera profesional.

> ¿Sabía que la palabra carrera deriva de coche? En ambos casos, la satisfacción proviene de la movilidad. Una carrera aparcada es como un coche que nunca sale del garaje. No lo parece, pero cada día se deprecia. Para que la carrera no se quede en el arcén, hay que evitar el trabajo aburrido, el que no lleva a ninguna parte (GEHRINGER, 2010, p. 87).

Arriba tenemos el párrafo en el que el escritor introduce el tema, o más bien el paso "Acelera, no pares". Parte de un tópico frasal interrogativo mediante el cual desarrolla su reflexión metafórica. Así, la pregunta *¿Sabías que la palabra carrera deriva de coche?* sirve para más de un propósito, entre ellos, demostrar un determinado conocimiento, en este caso, el etimológico, hecho que ya crea un efecto de sentido de instrucción. En otros términos, es importante para adquirir credibilidad de los interlocutores, cuando se trata de un tema determinado, mostrar el conocimiento, preferiblemente transmitido al objeto abordado. En este sentido, Gehringer (re)produce este efecto de sentido de instrucción al responder a la propia pregunta; de este modo, entendemos los olvidos nº 1 y nº 2 (PÊCHEUX, 2009 [1975]) (PÊCHEUX; FUCHS, 2010 [1975]) funcionando como elementos fundamentales del proceso discursivo (re)creador de efectos de sentido entre los interlocutores.

Esa carrera de la que habla el autor es una búsqueda incesante de "más". Al comparar la satisfacción del -probable uso del- automóvil con la de la carrera profesional, testifica a favor de sus propias opiniones, de manera que expone uno de los fundamentos de la FD a la que pertenece, a saber, el del éxito. Explicándolo de otra forma, Gehringer no identifica sin razón el trabajo en la sociedad brasileña actual con el vehículo automóvil, porque está en constante movimiento, siempre acelerando en la mejor dirección que no es otra que el éxito. Es decir, es prácticamente imperativo que todos aquellos que no quieran que sus carreras se devalúen, aceleren sus motores, no se detengan ante el riesgo de devaluación. Además, se da un consejo, que puede parecer ingenuo al interlocutor, para que

nadie se quede atrás: hay *que evitar el trabajo aburrido, el que no lleva a ninguna parte*. A casi nadie le gustaría un trabajo aburrido y, al decir esto, se cae una vez más en el sentido común o, peor aún, en la necesidad de expresar, de manifestar, produce un decir hueco. Sin embargo, como afirma el autor, la profesión parece tener sentido en sí misma y no es un medio para que los sujetos accedan a bienes y servicios.

En este sesgo, entendemos el proceso ideológico subyacente a las condiciones de producción discursiva, de donde emanan significados del texto de Max Gehringer, ligados al exceso de dichos, produciendo un efecto de *completud* (ORLANDI, 2011). En otros términos, la ideología representa esa saturación, sustentándose en lo ya dicho, significados admitidos por todos como simplemente "naturales", que son responsables por la (re)creación del efecto de evidencia. Éstas, a su vez, componen como una especie de relleno, a veces denso, del "Éxito paso a paso", mostrando, por tanto, que la ideología transita de unas formas materiales a otras siempre (des)simulándose a sí misma. Y, de este modo, las formulaciones lingüísticas, entre las citadas y otras dentro del mismo libro, se anclan en la red discursiva constantemente actualizada por Gehringer, promoviendo el discurso del éxito. Dicho esto, repasaremos una posible interpretación de los efectos metafóricos (PÊCHEUX, 2010 [1969]) producidos en el fragmento anterior que consisten en un interesante juego en el que la carrera es el coche. Así, la comparación del coche parado en el garaje sirve para decir que no se puede estancar uno en el ámbito profesional porque, como ocurriría con el coche, la carrera se devalúa. Tenemos: *Una carrera aparcada* (es) *un coche que nunca sale del garaje*, (por tanto) *cada día se va devaluando*.

Sin embargo, un punto neurálgico en el que un contrapunto derriba el argumento creado a partir del efecto metafórico es precisamente cuando atribuimos al coche un estatus diferente, a saber, el de coleccionista. Explicándolo con otras palabras, si el coche era de colección, cuanto más tiempo estuviera en el garaje, más se valoraría. Es decir, al modificar el valor histórico-económico atribuido a ese objeto deslizamos el tejido social, encontrando, entonces, una laguna en la formación ideológica del autor. Ante esto, nos encontramos con el lector (ideal) para el que escribe Gehringer, es decir, el sujeto cuyo coche se devalúa día a día, que tiene que correr tras la pérdida acostumbrada. "Si pensamos que el autor constituye necesariamente su escritura en la relación con un interlocutor" (ORLANDI, 2011, p.

190), tenemos una coyuntura discursiva en la que prevalece la disimetría social, dado que quien escribe está por encima de aquel para quien lo hace. En otros términos, Max Gehringer detenta un tipo de saber -es la operación del *sujeto ideológico* y del *sujeto hablante de la que* habla Courtine (2009)- con el que obsequia al universo libresco, especialmente a aquellos ávidos de éxito. Sin embargo, el sujeto lector de "Éxito paso a paso" puede o no acercarse a las circunstancias descritas por el autor siguiendo tales pasos, sin embargo, es ineludible la búsqueda casi frenética del éxito en la sociedad brasileña actual que se materializa en la producción discursiva de la obra.

Teniendo esto en cuenta, aunque los pasos enseñados por Gehringer estén vinculados al éxito en el ámbito profesional, representan un fuerte indicio de los significados y temas que se producen hoy en día. Com ejemplo de lo que postulamos, destacamos otro pasaje del libro en cuestión: "En una reunión, lo más importante es ser el centro de atención. Quien no es visto ni oído, no será recordado" (GEHRINGER, 2010, p. 110). Este recorte es el primer párrafo de una sección titulada "En el punto de mira" en el que podemos ver el despliegue de la afirmación anterior, ya que el despliegue textual no es otro que plantear situaciones en las que se puede ser *el centro de atención*. Dicho esto, es necesario cuestionar algunos puntos de la formulación de estos dos periodos anteriores. Empecemos por la no marcación de un sujeto sintáctico explícitamente personal, es decir, no hay alguien que ocupe la posición de sujeto sintáctico. Este hecho queda claro en el primer período, que puede destacarse reformulándolo de la siguiente manera: *Lo más importante es ser el centro de atención en una reunión.* Así, en la estructura vista en SVO tenemos el sujeto oracional representado por: lo *más importante*.

Así, más concretamente, tenemos un sintagma nominal en la medida en que su núcleo es un sustantivo que, a su vez, recibe dos especificadores, "el" y "más". Ambos actúan conjuntamente en aras de resaltar el núcleo del sujeto sintáctico, *importante*. Es en este aspecto en el que el énfasis dado en *importante recae* sobre el predicado cuyo sintagma *centro de atención* tiene su núcleo. En filigrana, este sintagma nominal es depositario de lo anterior, ya que lo importante *es* lo que en este contexto, si no *el centro de atención* (?). En efecto, se fabrica una ecuación entre estas dos frases nominales de tal manera que una se hace equivalente a la otra casi como los juicios sintéticos en la concepción kantiana, produciendo el efecto de descubrimiento secreto, ya que se ha revelado un paso hacia el éxito, si no lo

más importante, que *es el centro de atención*. En comunión con esto, encontramos la situación de estrechamiento en la que se aplica la ecuación, *en un encuentro*. Sin embargo, este sintagma no se relaciona sinónimamente con "en una reunión concreta", sino con "cualquier reunión", o más bien con "todas las reuniones". No se produciría la misma adecuación discursiva si no se disimulara "toda reunión" *en una reunión. En* otros términos, es a través del efecto metafórico que X se convierte en Y y por el que entendemos un posible índice textual/discursivo de la FD del éxito, es decir, la indeterminación. Sin embargo, no se trata de cualquier tipo de indeterminación, porque parece estar ligada a cualquier sujeto que no represente el éxito. Recuerda incluso a lo que Charaudeau afirma como: "La indeterminación, que se opone al proceso de denominación, se encuentra en ciertos géneros que inscriben el relato en una atemporalidad ("En un día de mayo", "Era una tarde de verano") y en lugares no identificados ("En algún lugar, "Un valle desierto, cerca de las montañas del Cáucaso")" (CHARAUDEAU, 2012, p. 133).

Sin embargo, la indeterminación, como conjeturamos, no se limita al encadenamiento lingüístico, en el que el significado está en una relación preestablecida de las palabras entre sí. Es decir, la indeterminación, como uno de los recursos probables en la producción de efectos de sentido en la FD de éxito, que tratamos *en* la expresión *en una reunión*, se asemeja a un efecto de sentido diametralmente opuesto a lo que comúnmente se espera de la base lingüística. Sin embargo, hay en este mismo sintagma la congregación tanto de la atemporalidad como de la no-identificación del espacio que Charaudeau trata más arriba, el tiempo es el siempre (efímero) y la identificación es la de "toda reunión". En este sentido, todo el mundo es "capaz" de tomar como verdad y poner en práctica el paso: *En una reunión, lo más importante es ser el centro de atención*.

Considerando esto, el autor emplea, en muchos pasajes, formas pronominales que no se refieren a la "realidad" o a posiciones "objetivas" en el espacio o en el tiempo" (BENVENISTE, 2005, p. 280; comillas del autor), como "*quien*". Este es uno de los muchos pronombres indeterminados que se encuentran en "Éxito paso a paso", por lo que plantea algunas cuestiones desde el punto de vista discursivo. En otras palabras, la indeterminación del sujeto sintáctico de la segunda frase del pasaje mencionado puede estar vinculada a la posibilidad real de que todo individuo sea susceptible de convertirse en ese "quién". No hay objetividad en la formulación de las marcas de sujeto, tal vez podamos sugerir un carácter

objetivo en el tiempo verbal constitutivo de la frase, a saber, el presente seguido del futuro del indicativo. Hecho que corrobora la actualidad de la afirmación, que, a su vez, no es sino una actualización del axioma popular.

Por lo tanto, es frente a ciertos aspectos indeterminados mencionados que encontramos en este recorte y, por extensión, en otros, un modo de organización textual cuyo resultado, entre otros, es la integración del lector al texto. Es decir, el interlocutor de Gehringer se ve envuelto por las situaciones que se le exponen; sobre todo, aquel que, deseoso de encontrar el verdadero camino hacia el éxito, percibe, en la lectura, circunstancias cotidianas en las que, si no se encuentra del todo, son extremadamente similares a las suyas. En efecto, esta posible repercusión, con toda seguridad, deriva de mecanismos de construcción textual, en filigrana, de una forma pronominal llamada exófora, de la que Marcuschi (2012, p. 68) afirma: "La **exófora** (...) concierne a elementos situacionales, externos al texto y recuperables en la situación directamente y no a través de expresiones correferentes dentro del texto" (el subrayado es nuestro). Por lo tanto, "La exófora prueba la reciprocidad de la interacción entre el uso del lenguaje y la situación de este uso, que actualiza las estrategias de recepción" (MARCUSCHI, 2012, p. 69). Siguiendo la estela de Marcuschi, podemos hipotetizar condiciones de producción en "O Sucesso passo a passo" no sólo referidas a una exterioridad lingüística, sino también a una cierta exterioridad socio-histórico-ideológica en la que está inmerso el sujeto brasileño contemporáneo. Los elementos exofóricos, como *en un encuentro* y *quién,* sirven para ampliar el significado global del enunciado, porque no se refieren específicamente a una situación o a alguien, y pueden atribuirse a la coyuntura vivida por el interlocutor.

En este sentido, entendemos el uso que hace el autor de los recursos textuales como una forma táctica de "ganarse" al público. Nadie podría decir que esto es incorrecto o malo, ya que existen incluso manuales de retórica o incluso de persuasión. Sin embargo, se trata de un compromiso ético con la producción de significados en la sociedad, y corresponde al Análisis del Discurso comprender los mecanismos de producción del discurso (PÊCHEUX, 2006 [1983]), como el discurso del éxito. Éste en el que Max Gehringer (re)construye situaciones en las que supuestamente se pueden "dar pasos" hacia el sueño, el éxito. ¿Es "Éxito paso a paso" nada más que una receta para un pastel prestigioso? Quizá sea algo más "subjetivo", porque el propio autor, por mucho que se haya esforzado en presentar el

éxito de una forma u otra, cuando llega al final, su receta parece haber fracasado. Es decir, él mismo expone en última instancia la definición un tanto controvertida del éxito:

> *Successus* es el participio pasado del verbo latino *succedere*, suceder. En otras palabras, el éxito es un hecho que ha sucedido. Cualquiera, incluso el más banal. La forma en que situamos estos hechos en el contexto de nuestra vida es lo que nos da la percepción, puramente personal, de algo extraordinario. Por eso cada uno ve el éxito a su manera (GEHRINGER, 2010, p. 214, énfasis añadido).

Una vez más, el autor pretende crear el efecto de erudición, utilizando la etimología del éxito para convertirlo en un *simple hecho de la vida*. Tras enseñar con dureza los pasos del éxito, Gehringer lo reduce prácticamente a cualquier cosa. Sin embargo, vemos en esta producción discursiva algo más que un relativismo, porque es precisamente a partir de este significado, el más laxo posible, atribuido al éxito cuya participación efectiva de todos es posible. En otras palabras, después de todos los pasos en el camino del éxito, ciertamente algunos no alcanzarían el alcance. Pero, según el efecto de relatividad creado por el autor al final de la saga, nadie debe preocuparse por haber alcanzado o no la cima, ya que lo importante es *la forma en que situamos estos hechos en el contexto de nuestras vidas.* Además, es en la literalidad de la palabra éxito en la que se apoya el autor para enunciarla como subjetiva, sin embargo conocemos la no literalidad de las palabras (PÊCHEUX, 2009 [1975]). Es decir, el éxito es subjetivo en la medida en que no se obtiene socialmente.

Gehringer, entonces, no estaría en contra del discurso del éxito, pero al contrario, disfrazaría el éxito de subjetivo, para que *cada uno vea el éxito a su manera*. Objetivamente, el autor conoce la circulación social de la ideología del éxito hoy en Brasil, desde el título emblemático de su obra "Éxito, paso a paso". Además, congrega esta ideología, porque, como hemos visto más arriba, el DF cuya regulación de sentidos (re)produce en su discurso reasunciones interdiscursivas es, sobre todo, el éxito. Por lo tanto, este "ablandamiento", en una palabra, políticamente correcto, no tiene ningún poder significativo para construir el efecto de subjetividad pretendido por el autor. Tal subjetividad sería tan improbable, de forma análoga, como que en los tiempos actuales se le dijera a un esclavo que sus servicios tienen una importancia fundamental para su amo, porque sin él, el amo no existiría y sin el amo no habría esclavo. Así, se somete a la esclavitud para que el esclavo se someta a ella. Por el contrario, el éxito en la sociedad brasileña

contemporánea es, con mucho, no sólo subjetivo, sino inicialmente objetivo, tanto que existen pasos para alcanzarlo, como ha demostrado Max Gehringer.

2 Algunas consideraciones

En esta línea, podemos decir que el sesgo adoptado por el autor de "Éxito, paso a paso" "es mostrar los caminos posibles y los contratiempos de cada uno de ellos" (GEHRINGER, 2010, p. 13), es decir, "El camino hacia el éxito (...) (GEHRINGER, 2010, p. 13)". Por lo tanto, en este trabajo, el éxito no es un estado, fenómeno, objeto o atributo, sino más bien una meta, un objetivo o incluso un lugar (social) a alcanzar. Y, con esto en mente, Gehringer expone un *camino para* alcanzar el lugar deseado, paso a *paso,* enseñando que el éxito, especialmente en el universo profesional, depende mucho más del sujeto que de sus condiciones de vida. De lo contrario, sería como contar con la suerte, y "Tener suerte es eliminar de antemano las posibilidades de que algo salga mal. Suerte es estar en el lugar y en el momento en que sucederán las cosas buenas" (GEHRINGER, 2010, p. 10). Así, depende del sujeto alcanzar el lugar del éxito, sin embargo el medio conocido por Gehringer para enseñar/aprender el camino del éxito es siguiendo su paso a *paso*.

Ahora, el complejo con dominación neoliberal individualista parece ya haberse instalado en la sociedad brasileña contemporánea, tejiendo su red discursiva en diversos medios de circulación. Paso a paso se llega lejos", sin embargo, el significado de "lejos" ha sido poco observado; hoy "lejos" es éxito, un pre-construido originado en los enfrentamientos y desigualdades de la sociedad donde emerge. La resistencia a su funcionamiento disociada de un cambio efectivo en las estructuras político-ideológicas puede y debe venir dada por la interpretación de sus efectos y por el conocimiento crítico de su FD. ¿Dónde está el éxito? "Lejos".

Referencias

ANGENOT, Marc. **O discurso social e as retóricas da incompreensão**: consensos e conflitos na arte de (não) persuadir. Carlos Piovezani (org.) São Carlos, SP: EdUFSCar, 2015.

BENVENISTE, Émile. **Problemas de linguística geral I**. Trad. Maria da Glória Novak e Maria Luisa Neri. 5 ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2005.

CASTILHO, Ataliba de. **Nova gramática do português brasileiro**. São Paulo: Contexto, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**: modos de organização. Trad. Angêla M. S. et al. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

COURTINE, Jean-Jacques. **A análise do discurso político**: o discurso comunista endereçado aos cristãos. Trad. Patrícia C. R. Reuillard et al. São Carlos, SP, EdUFSCar, 2009.

GEHRINGER, Max. **Sucesso passo a passo**. São Paulo: Globo, 2010.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Linguística de texto**: o que é e como se faz? São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. 6 ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

PÊCHEUX, Michel; FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas [1975]. In. **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Françoise Gadet e Tony Hak (orgs); Trad. Bethania S. Mariani et. al. 4 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.

PÊCHEUX, Michel. [1969] Análise automática do discurso. In: GADET, F.; HAK, T. (orgs.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Trad. Bethania S. Mariani [et. al.] 4 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.

PÊCHEUX, Michel. [1971]. Língua, linguagem, discurso. In: PIOVEZANI, Carlos; SARGENTINI, Vanice. (orgs.). **Legados de Michel Pêcheux**: inéditos em análise do discurso. São Paulo: Contexto, 2011.

PÊCHEUX, Michel. [1975] **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 4 ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 2009.

PÊCHEUX, Michel. [1983] **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 2006.

SOARES, Thiago Barbosa. **Percurso linguístico**: Conceitos, críticas e apontamentos. Campinas, SP: Pontes, 2018a.

SOARES, Thiago Barbosa. Sucesso: discursos contemporâneos de capitalização dos sujeitos. In. SOARES, Thiago Barbosa (Org.). **Múltiplas perspectivas em Análise do Discurso**: objetos variados. São Carlos, SP: Pedro &João Editores, 2018b.